



SOLIŚCI NIE SĄ W CENIE POTRZEBUJEMY ZGRANEGO CHÓRU

MICHAŁ WIERUSZ-KOWALSKI

Czy poziom świadomości członków Polskiego Związku Hodowców Koni jest wystarczająco wysoki, aby chcieli oni partycypować w rozwoju swojej organizacji, czuli się za nią współodpowiedzialni? Czy silne PZH to wyraźniej i donośniej artykułowany, a w konsekwencji lepiej słyszalny głos hodowców na forum kraju? Czy środowisko jest już gotowe efektywnie lobbować na rzecz interesów końskiej branży? Na te i inne tematy rozmawiamy z prof. Zbigniewem Jaworskim, prezesem Polskiego Związku Hodowców Koni.

PZH jako organizacja ma już ponad 100 lat. Czy to stanowi o jej siłę?

W jakiejś mierze niewątpliwie tak. Rozpatrując ten temat w kategoriach wieku możemy o sobie powiedzieć, że jesteśmy sędziwą organizacją, z ponad 100-letnim doświadczeniem, a doświadczenie to wiedza, która jest naszą mocną stroną. Jednak, jak doskonale wiemy, nie jest to jedyny atrybut stanowiący o sile danej organizacji, także i tej. Myślę, że siłą PZH są nasi członkowie. Z jednej strony bardzo różnicowani, hodujący różne rasy koni, z których niemalże każdy ma własne zdanie na temat polityki hodowli koni, jak również tego, jaki wzorzec powinien obowiązywać w danej rasie, ale jednocześnie wszyscy złączeni są jedną wspólną pasją, czyli wspaniałym zwierzęciem, jakim jest koń. Ta pasja nas łączy, pomimo wielu rozbieżnych interesów wynikających z tego, jakimi końmi bezpośrednio się zajmujemy czy jak je wykorzystujemy. Jednocześnie to różnicowanie, bez

względem na różne widzenie tych samych spraw, jest naszą siłą. Przyroda w naturalny sposób dąży do jak największego zróżnicowania, bo tylko wtedy może przetrwać i dalej się rozwijać. Każdy z członków wnosi nowe wartości do tej organizacji, a więc tak ważną różnorodność, z której jednocześnie później inni członkowie korzystają. Dzięki temu związek na przestrzeni tych ponad 100 lat ciągle ewoluował, dostosowując się do zmieniającej się rzeczywistości, którą tworzyli jego członkowie. Niemniej nie zapominaliśmy o tradycji, o tym, co przekazywały sobie kolejne pokolenia, bo ten element łączył nas w różnych sytuacjach bez względu na hodowaną rasę koni, ich użyteczność czy wiek samych hodowców. Dlatego, pomimo wielu różnic, niekiedy podziałów, w sprawach zasadniczych potrafimy osiągać konsensus i to jest największym naszym atutem. W kontaktach z administracją państwową czy innymi pokrewnymi organizacjami występujemy już jako jeden duży i silny partner.

Tradycja przez jednych może być rozumiana jako walor – doświadczenie, utrwalenie standardów, marki, efektywny ewolucyjny rozwój dostosowujący się do dynamicznych zmian rynku; przez innych jako anachronizm – przestarzałą formułę organizacyjną, zbyt skostniałą, by kreować nowe rozwiązania adekwatnie wychodzące naprzeciw potrzeb branży – potrzeb środowiska hodowców. Jak Pan to widzi?

Dla mnie tradycja nie jest anachronizmem, czyli czymś, co kojarzy się ze skostniałą formą działania. Postrzegam tradycję jako wartość samą w sobie, która jednocześnie świadczy o wartości danego narodu, jego dziedzictwie, a w naszym przypadku środowisku koniarzy. Kontynuujemy tradycję poprzez m.in. utrwalanie pewnych standardów, dbałość o dobrą markę, co jednocześnie nie kłóci się z wprowadzaniem tych zmian, które są konieczne, aby dostosować się do zmieniają-

cego się rynku. Oczywiście te zmiany nie zawsze przebiegają w takim tempie, w jakim powinny i nie wszyscy hodowcy w jednakowym stopniu na nie reagują, ale m.in. rolę związku jest szeroko pojęta edukacja jego członków. Z jednej strony chcemy podtrzymać dobre tradycje, a z drugiej wprowadzać nowe elementy, czyli unowocześniać związek, co wynika z potrzeby czasu.

Obserwuje Pan PZH od lat. Od lat też pośrednio lub bezpośrednio uczestniczy Pan w życiu związku. Czy PZH jest organizacją na miarę XXI wieku?

Z PZH jestem związany od przeszło 30 lat i mniej więcej przez tak długi czas obserwuję zmiany, jakie w nim zachodzą. Związek z lat 80. ubiegłego wieku i ten obecny jednak różnią się w kilku kwestiach. W ciągu tego okresu kilka razy zmienialiśmy statut i różne regulaminy, dostosowując je do zmieniającej się rzeczywistości. Ze związku, który skupiał wyłącznie związki wojewódzkie i okręgowe, staliśmy się organizacją zrzeszającą także związki rasowe, również i te, które działają samodzielnie, a więc poza PZH prowadzą księgi dla danej rasy. Obecnie hodowcy niemalże wszystkich ras mają swoje związki rasowe i przedstawicieli, którzy ich reprezentują w Zarządzie Głównym PZH. Jesteśmy otwarci na wszelkie zmiany, ale wolimy, aby były to inicjatywy oddolne, bez odgórnego sterowania, bo tylko takie mają szansę przetrwać dłużej. Nasi członkowie muszą sami widzieć potrzebę takich zmian, natomiast my, czyli ZG PZH i biuro związku, powinniśmy im w tym pomóc. Obecna struktura PZH umożliwia działanie na wskroś demokratyczne. Zarząd Główny to przedstawiciele związków wojewódzkich, okręgowych i rasowych, którzy wybrani zostali przez swoje środowisko i tym samym je reprezentują. Dzięki temu są uważliwymi na potrzeby tego środowiska, starając się na forum ZG coś dla niego „złatwić”, oczywiście w pozytywnym tego słowa znaczeniu. Dlatego niejednokrotnie spieramy się podczas zebrań i nie zawsze jesteśmy jednomyślni. Natomiast, wracając do zasadniczego pytania, a mianowicie: czy jesteśmy organizacją na miarę XXI wieku, odpowiedziałbym, że tak. Nie zaskorupiamy się w swoich strukturach, ciągle coś zmieniamy, odpowiadając na potrzeby środowiska. Mamy jednocześnie świadomość tego, że nie spełniamy oczekiwań wszystkich naszych członków i szeroko pojętego środowiska koniarzy, ale z drugiej strony – nie jest to możliwe. Powiedziałbym, że jesteśmy organizacją reprezentującą obecnych hodowców, a więc tych z XXI wieku, którzy jednocześnie sami określają ramy swojej działalności w tej organizacji. Oczywiście, realizując zadania zlecone przez ministerstwo rolnictwa, musimy działać w ramach obowiązującego prawa, ale wszystkie inne kwestie zależą już od nas samych. Zarząd Główny PZH, biuro w Warszawie – to nie są „Oni”, tylko „My”, tworząc tę organizację i decyzyje, jakie na tym szczeblu są podejmowane, są naszymi decyzjami. Potrzeby i oczekiwania poszczególnych osób czy środowisk zawsze będą różne i nigdy nie zaspoko-

imy ich w pełni, ale wspólnie musimy wybierać najlepsze warianty, które akceptuje większość. Jeżeli przy tym idzie to w parze z nowoczesnością związku, to wydaje mi się, iż idziemy w dobrym kierunku.

Co w ramach polityki komunikacyjnej robi Zarząd PZH, aby uczulić środowisko na konieczność wspólnego zintegrowanego działania na każdym z możliwych frontów aktywności, w imię hasła: w jedności siła?

Komunikacja pomiędzy ZG PZH a jego członkami w dużej mierze zależy od tego, w jaki sposób reprezentanci poszczególnych związków przekazują ustalenia i decyzje, zapadające na tym szczeblu. Niezmiernie ważne jest to, aby tzw. środowisko identyfikowało się z tym, co jest przedmiotem wspólnych ustaleń, które podjęli nasi przedstawiciele, a więc nie „Oni”, tylko „My”. Zdajemy sobie sprawę, że niekiedy muszą być podjęte także decyzje niepopularne, ale wyjaśnienie mechanizmów ich podjęcia zależy m.in. od nas samych. Musimy wyjaśniać te wszystkie sprawy naszym członkom, bo tylko wtedy możemy oczekiwać jeżeli nie poparcia, to przynajmniej zrozumienia dla tych działań. Form komunikacji jest w tej chwili wiele, jak nasze czasopismo „Hodowca i Jeździec”, strona internetowa PZH czy poszczególnych związków, jak również bezpośrednie spotkania podczas wielu imprez, jakie organizujemy. Wszystkie te działania w jakiejś mierze nas integrują, a jednocześnie identyfikują z naszą organizacją na różnych jej szczeblach. Dobrym przykładem są związki rasowe, które zintegrowały hodowców danej rasy, którzy potrafią poprzez organizację imprez o zasięgu regionalnym czy krajowym promować swoje konie, a w ZG zadbać o interes reprezentowanej rasy. Jednocześnie, kiedy wymaga tego sytuacja, mogą oczekiwać poparcia i pomocy ze strony pozostałych związków. W „zderzeniu” z administracją państwową czy innymi organami występujemy wtedy jako jedna, silna organizacja, bo tylko z taką inni będą się liczyć. W naszym wspólnym interesie jest to, abyśmy taką jedność potrafili zachować i wspólnie bronili interesów środowiska hodowców koni.

Czy i co robi PZH dla ocieplenia swego wizerunku?

Mógłbym na to pytanie odpowiedzieć pytaniem, a czy nasz wizerunek jest mało ciepły? Wydaje mi się, że nie. Oczywiście od czasu do czasu pojawiają się jakieś napięcia, ale najczęściej wynikają one z problemów występujących w łonie danego związku. PZH musi dbać przede wszystkim o interes ogółu, dlatego czasami na naszych członkach, czyli poszczególnych związkach wojewódzkich/okręgowych, wymuszamy pewne działania naprawcze, które niekoniecznie są popularne, ale w konsekwencji wychodzą im na dobre. Ważne jest, abyśmy nawet o tych trudnych sprawach potrafili się sobą rozmawiać, nie obrażając się na siebie i nie obrażając się wzajemnie. Tworzymy

jedną wspólną rodzinę, a jak wiadomo – w rodzinie bywa różnie, lepiej i czasami gorzej, ale do końca jesteśmy razem. W mojej ocenie, na dzień dzisiejszy pod tym względem jest dobrze, nie ma żadnych szczególnych napięć pomiędzy poszczególnymi związkami czy ZG PZH. Należy wziąć pod uwagę fakt, iż obecna sytuacja w hodowli koni jest bardzo trudna, a to niewątpliwie ma swoje przełożenie na tzw. postrzeganie związku i oczekiwania pod jego adresem.

Obserwujecie przychylność najmłodszych sympatyków hodowli koni dla waszej organizacji? Rozumieją sens przynależności i są dumni z członkostwa w tak starej, w dobrym tego słowa znaczeniu, organizacji branżowej?

Miarą popularności każdej organizacji jest m.in. liczba jej członków, struktura wiekowa czy stały napływ nowych członków. Kiedy sam wstąpiłem do związku, zaliczałem się do nielicznego grona ludzi młodych, bo głównie tworzyli go ludzie w średnim i starszym wieku. Obecnie rola się odwróciła, ale wciąż widzę wokół siebie ludzi w różnym wieku, także i młodych. Stąd wniosek, że nie zestawialiśmy się jako środowisko i nadal do grona hodowców dołączają ludzie młodzi. Oczywiście trzeba mieć świadomość i tego, że hodowla koni jest zajęciem kosztownym, przez niektórych traktowana w kategoriach hobby, a nie interesu, na którym można zarobić. Do tego potrzebne są pieniądze, raczej duże, a tych ludzie młodzi na ogół jeszcze nie mają. Stąd średnia wieku tych, którzy zaczynają swoją przygodę z końmi, jest dosyć wysoka, chyba że jest to przejęcie hodowli po rodzicach, co też nie jest przypadkiem odosobnionym. Niemniej chciałbym podkreślić, że często są to dobrze przygotowani adepci hodowli, którzy wiedzą, czego chcą, a przy tym mają określone oczekiwania w stosunku do naszej organizacji. Jest to oczywiście bardzo pożądane zjawisko, bo dzięki temu wnoszą oni nowe wartości i modyfikują ten związek stosownie do aktualnych potrzeb. Myślę, że na tym m.in. polega rozumienie sensu przynależności do tej organizacji. Czy są jednocześnie z tego dumni? Myślę, że ta organizacja ma tyle dobrych tradycji, wynikających z ponad 100-letniej działalności, z których można być dumnym, ale jest to już osobistą sprawą każdego z członków.

Jak zdobyć i wychować najmłodsze pokolenia hodowców, dzisiaj i jutro dzieci?

Wychować nowe pokolenie do takiej branży, jaką jest hodowla koni, to zadanie niezwykle trudne. Prowadzenie hodowli wymaga unikalnej wiedzy i doświadczenia, ale jednocześnie konsekwencji, cierpliwości i pokory. Wydaje mi się, że młodym ludziom często brakuje tych ostatnich cech. Świat pędzi teraz niesamowicie do przodu, ale w takiej dziedzinie jak hodowla pośpiech niekoniecznie jest wskazany i nie zawsze możliwy. Z własnego doświadczenia wiem, że hodowla koni uczy jednocześnie pokory, a osiągnięcie szybkich sukcesów jest często niemożliwe, ewentualnie nietrawne. Mło-

dzień do hodowli trafia często poprzez wcześniej-szy kontakt z końmi jako zwierzętami użytkowymi, czyli rekreację jeździecką. Tutaj upatruję duże szanse w zdobywaniu przyszych, młodych hodowców. Do tej grupy wiekowej musimy kierować wszelkie możliwe formy szeroko pojętej rekreacji jeździeckiej, związanej z użytkowaniem wierzcho-wym, jak i zaprzęgowym. Dlatego niejednokrotnie łączymy imprezy hodowlane z jeździeckimi, propagując jednocześnie różne formy użytkowania tych ras koni, nad którymi sprawujemy nadzór. Na tym polu widzimy szerokie pole współpracy z PZJ, gdyż w naszym wspólnym interesie jest, aby jak najwięcej dzieci i młodzieży jeździło konno. Można z dużym prawdopodobieństwem zakładać, że z tego grona część w przyszłości zajmie się hodowlą koni, będąc do niej już w jakichś sposób przygotowanymi.

A jak się do tego wszystkiego ma polityka pro-mocyjna – zarówno ta poprawiająca postrze-ganie związku, jak i ta wspierająca działania na dole, służąca każdemu pojedynczemu hodowcy?

W działaniach promocyjnych nigdy nie jest tak dobrze, aby nie mogło być lepiej. Niemniej sądzę, że w ostatnich latach, czyli od początku XXI wieku, z tą promocją nie jest tak źle. Zarówno na szczeblu centralnym, jak i na poziomie województw wygląda ona całkiem przyzwoicie. Każdy związek wojewódzki, okręgowy czy rasowy wykazuje w tym względzie niesamowitą aktywność. Obecnie trudno znaleźć wolny termin, aby zaplanować nową im-prezę, gdyż wszystko jest już zajęte. Tego rodzaju imprezy hodowlane czy hodowlano-jeździeckie, często połączone ze szkoleniem lub seminarium naukowym, są organizowane we wszystkich województwach. Krótsze lub dłuższe relacje z ich przebiegu zamieszczane są w „Hodowcy i Jeźdź-cu”, innych czasopismach branżowych oraz prze-kazach telewizyjnych lub radiowych. Jest to bardzo dobra forma promocji zarówno naszych koni, ale także pokazanie tych, którzy tę hodowlę tworzą i nią kierują. Trzeba pokazywać nawet drobne suk-cesy, bo są one zachętą do tej trudnej pracy, gdzie na efekty czeka się bardzo długo, a przy tym pracy często niedocenianej. Związek tworzą hodowcy, a więc promocja poszczególnych hodowców to jednocześnie promocja związku, czyli wspieranie działań służących nam wszystkim. Niemniej na tym polu jest jeszcze wiele do zrobienia, zarówno co do zakresu, jak i formy.

Co można zrobić dla podniesienia poziomu świadomości członków PZHK, tak ażeby chcieli partycypować w rozwoju swojej organizacji, czuli się za nią współodpowiedzialni, bowiem silne PZHK to wyraźniej i donośniej artykuło-wany, a w konsekwencji lepiej słyszalny głos hodowców na forum kraju, to lepiej strzeżone interesy końskiej branży?

Ze świadomością polskich hodowców koni jest bardzo różnie. Myślę, że część hodowców czuje

się współodpowiedzialna za związek, za hodowlę krajową i nie potrafi widzieć dalej jak czubek wła-snego nosa. Niestety u części hodowców pokutu-je postawa roszczeniowa i wyraźnie partykularne patrzyenie na tę branżę. Jednak tych, wydaje mi się, że jest na szczęście mniej. Być może wynika to z niewiedzy, niezrozumienia do końca proble-mów tej branży, pewnych rozczarowań, z jakimi się spotkali zaczynając hodowlę, braku sukcesów czy innych uwarunkowań. Dlatego staramy się w każdej możliwej formie podnosić świadomość hodowlaną i organizacyjną naszych członków. Służą temu bezpośrednie spotkania w TKHK, organizacja imprez, szkolenia czy różne formy medialne. Aktywność poszczególnych członków na różnych szczeblach to w konsekwencji wzięcie na siebie współodpowiedzialności za związek, to identyfikowanie się z nim, to forma przekazu skierowana do różnych grup społecznych.

Czy i co PZHK robi lub planuje robić dla kon-solidacji środowiska? Chyba końska sprawa bardziej potrzebuje jednego zgranego chóru niż armii solistów...

Wydaje mi się, że już od dawna robimy wszystko, aby konsolidować, a nie dzielić nasze środo-wisko. Jesteśmy otwarci na wszelkie formy współpracy, bo w praktyce wzajemnie siebie potrzebujemy, a przy tym nie jesteśmy dla siebie konkurentami. Oczywiście, że ta współpraca, w odniesieniu do pokrewnych nam organizacji, ma różny charakter i wymiar, ale najważniejsza jest dobra wola, a tej jak na razie nie brakuje. Spotykamy się i rozmawiamy, a w wielu przy-padkach podejmujemy już wspólne działania. Chciałbym podkreślić, iż część naszych członków działa także w tych organizacjach, więc możemy mówić o wzajemnym przenikaniu poglądów do naszych struktur.

W stronę których partnerów PZHK powinno dzisiaj robić ukłon?

Naszym naturalnym partnerem jest Agencja Nieruchomości Rolnych, z którą najczęściej nas łączy, bo w dużej mierze realizujemy te same cele i wzajemnie się na polu hodowli koni uzupełniamy. Z Zespołem Nadzoru Właścicielskiego ostatnio dobrze nam się współpracuje, czego przykładem była Cavaliada w Poznaniu i Pawilon Polskiej Hodowli. Jesteśmy już umówieni na organizację innych imprez o podobnym charakterze. Na poziomie związków wojewódzkich czy rasowych z jednostkami podległymi pod agencję współpraca od dawien dawna dobrze się układała. Większość naszych najważniejszych imprez hodowlanych odbywa się na terenie i przy wspólnej organizacji miejscowych stad ogierów czy innych jednostek agencyjnych. Nie oznacza to oczywiście, iż nie może być ona lepsza czy też bardziej efektywna, z większą korzyścią dla hodowców, którzy stada ogierów traktują jako szczególne miejsca, służące także celom ogólnospołecznym. Z kolei PZJ to partner o innym charakterze, co do którego mamy

też odmienne oczekiwania. Bardzo dobrze nam się współpracuje w ramach Komisji Koordyna-cyjnej, ale oczekivalibyśmy jej poszerzenia, także na innych poziomach organizacyjnych. Finalnym „produktem” naszej działalności jest koń, z którego z kolei korzystają członkowie PZJ, a więc jednoczący nas wspólny element. Jaki ma on być, jakie są oczekiwania tych, którzy z niego korzystają – to temat do szerokiej dyskusji pomiędzy naszymi organizacjami. W jaki sposób propagować jeździectwo wśród społeczeństwa, aby poszerzyć grono tych, którzy staną się właścicielami koni, naszymi potencjalnymi klien-tami, a z nich rekrutować będą się w przyszłości jeźdźcy jeżdżący sportowo? Jest to niewątpliwie jeden z tematów, którym powinniśmy się zająć. Są również i inni partnerzy, na których współpracy bardzo nam zależy, jak Instytut Zootechniki – PIB w Krakowie, IGIHZ PAN w Jastrzębcu, uczelnie rolnicze, inne związki branżowe. W tym przypadku łączy nas inny zakres współpracy, ale nie mniej ważny, bo związany z branżą rolniczą, do której nasi hodowcy przecież należą.

Może poligonem i próbą ognia będzie lobbing na rzecz Hipodromu Narodowego?

Hipodrom Narodowy to niewątpliwie marzenie wielu koniarzy. Na ile jest ono realne, to trudno w sposób jednoznaczny stwierdzić. Stadion Naro-dowy także początkowo nie do końca wydawał się realny, a w konsekwencji na potrzeby określonej imprezy powstało kilka innych podobnych jedno-stek. Lobbing na rzecz Hipodromu Narodowego byłby niewątpliwie dobrą okazją do zacieśnienia współpracy wielu organizacji skupiających konia-rzy, ale jednocześnie trzeba mieć świadomość, że mimo wszystko jest to środowisko trochę podzie-lone. Potrzebna byłaby bardzo silna motywacja, a także determinacja całego środowiska, która by nas zjednoczyła i wytyczyła nam ten wspólny cel, jakim byłby dla wszystkich Hipodrom Narodowy. Musielibyśmy działać na wszystkich tzw. frontach, aby przekonać innych do tego pomysłu i znaleźć poparcie decydentów oraz sponsorów. Jednak jest to na dzień dzisiejszy bardzo trudne zadanie, ale chyba nie niemożliwe.

Podejmie się Pan procesu tworzenia platformy konstruktywnego wspólnego działania?

Chętnie w tym procesie będę współuczestniczyć, natomiast kto powinien być liderem, to tego w tym momencie nie wiem. Niewątpliwie potrzebna jest osoba z jednej strony charyzmatyczna, która skupi wokół siebie wielu innych, a z drugiej mająca dużą siłę przebicia nie tylko w kręgach jeździeckich. Jak wcześniej powiedziałem, jesteśmy trochę podzie-leni, a w tym momencie należałoby zrezygnować z partykularnych interesów na rzecz jednego, wspólnego, jakim byłby Hipodrom Narodowy. Jeże-li znajdzie się osoba lidera, to szanse powodzenia na pewno istnieją.

Uprzejmie dziękuję Panu za rozmowę.