

Różnorodność biologiczna w rolnictwie. Jak promować i popularyzować rasy rodzime? **Elżbieta Martyniuk^{1,2}, Grażyna Polak²**

1Katedra Genetyki i Ogólnej Hodowli Zwierząt SGGW, 2Instytut Zootechniki - PIB

Nowy Plan Strategiczny Konwencji o różnorodności biologicznej, który dyskutowany jest obecnie podczas 14 sesji SBSTTA, jako jeden z najważniejszych celów strategicznych proponuje zwiększenie świadomości społecznej co do wartości i znaczenia różnorodności biologicznej. Różnorodność biologiczna w rolnictwie pełni szczególną rolę stanowiąc podstawę produkcji żywności a tym samym naszego istnienia. Znaczenie ochrony zasobów genetycznych roślin uprawnych i zwierząt gospodarskich powinno być dobrze rozumiane przez społeczeństwo a podejmowanie działań w tym kierunku akceptowane i wspierane. Aby osiągnąć ten cel konieczny jest dialog społeczny, promocja i popularyzacja zasobów genetycznych dla wyżywienia i rolnictwa.

Ochrona zasobów genetycznych roślin uprawnych realizowana jest przede wszystkim poprzez tworzenie banków *ex-situ*, a więc działania o charakterze instytucjonalnym, mniej oddziałujące na wyobraźnię i trudniejsze do prezentacji, co powoduje, że popularyzacja tych zasobów jest znacznie trudniejsza. Obecnie zasoby genetyczne roślin uprawnych są szeroko upowszechniane dzięki wdrażaniu pakietu 6 programu rolno-środowiskowego PROW 2007-2013 oraz dzięki aktywności organizacji pozarządowych promujących np. stare odmiany drzew owocowych w powiązaniu z tradycją ich przetwórstwa i wykorzystania.

O wiele łatwiejsza jest popularyzacja zasobów genetycznych zwierząt gospodarskich, ponieważ wiodącą rolę odgrywa tu ochrona *in-situ*, co daje możliwość użytkowania zwierząt, pozyskiwania ich produktów, bezpośredniego kontaktu a tym samym ułatwia ich promocję. Popularyzacja rodzimych ras zwierząt gospodarskich może odbywać się poprzez promocję żywności produkowanej z surowców od nich pozyskiwanych, szczególnie markowych produktów takich jak mięso i jego przetwory, wyroby mleczarskie, a zwłaszcza sery będące odbiciem lokalnych tradycji kulinarnych jak też odzież, wyroby tekstylne, galanteria skórzana, ozdoby i rękodzieła wykonane z wełny, skóry, włosów i kości zwierząt.

Oprócz korzyści jakie czerpiemy z racji rozmaitych produktów od ras lokalnych, zwierzęta stanowiąc element ekosystemów rolniczych poprzez kontrolę wegetacji przyczyniają się do ochrony i pielęgnacji krajobrazu. Rodzime rasy stanowią także element naszej kultury i tradycji nie mniej ważny od dzieł sztuki, lecz trudniejszy do zachowania ze względu na procesy biologiczne jakim podlegają populacje żywych organizmów. Ochrona zasobów genetycznych zwierząt to także inwestycja w przyszłość naszych spadkobierców. Dla wielu ludzi zwierzęta, jako żywe organizmy są wartością samą w sobie i wymagające szacunku.

Promocja agrobioróżnorodności odbywa się poprzez działania hodowców, hobbystów, organizacji pozarządowych, szkół rolniczych, uczelni i instytutów związanych z problematyką rolniczą, ale także administracji państwowej (resort rolnictwa) oraz instytucji do tego upoważnionych czyli Krajowego Ośrodka Koordynacyjnego ds. ZGZ IZ-PIB.

Jako najpoważniejszy element budowania świadomości społecznej dotyczącej agrobioróżnorodności należy uznać szkolnictwo poczynając od podstawowego, poprzez szkoły rolnicze, studia wyższe aż do kursów doktoranckich. Drugim filarem w procesie popularyzacji są osoby związane z hodowlą, uczestniczące w programach ochrony, jak też wystawy, pokazy itp. imprezy przeznaczone zarówno dla profesjonalistów jak i szerokiej publiczności.

Świadomość społeczna jest w sposób najbardziej oczywisty i skuteczny budowana poprzez bezpośredni kontakt z żywymi zwierzętami. W tym celu wielu krajach europejskich powstają sieci informacyjne, posiadające swoje strony internetowe, propagujące takie inicjatywy jak Network Ark Farm, Farm Park, wypas na obszarach chronionych (GAP), ekspozycje ras rodzimych w muzeach rolniczych, itp. Bardzo dobrym narzędziem w popularyzacji agrobioróżnorodności jest jej stała obecność w życiu codziennym np. w postaci przedmiotów codziennego użytku oraz obecność w mediach, radiu telewizji i prasie.