

IZVORNI ZNANSTVENI RAD

Hrana kao svjetonazor – sociološki aspekti organske poljoprivrede i „zdrave hrane“

Marija Geiger, Zdenko Zeman

¹*Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Marulićev trg 19/I, Zagreb, Hrvatska (marija.geiger@pilar.hr)*

Sažetak

Globalno gledajući, sektor organske hrane je najbrže rastući sektor proizvodnje hrane. Povećana potražnja za organskom hranom povezana je s nekoliko ključnih trendova u tzv. postmodernom društvu. U tom kontekstu hrana postaje važan segment postmodernog ekološkog svjetonazora koji promovira holističku percepciju svijeta, ekocentričku etiku i konzekventnu ekološki osviještenu praksu koja se na nivou svakodnevnog života manifestira u pripremi i konzumiranju organski uzgojene hrane i zdravom životu. No organski uzgoj hrane nije reducirana samo na individualni nivo već je važan poticaj razvoju lokalne poljoprivrede i podržavanju lokalne hrane kao važnog segmenta lokalnog biokulturnog diverziteta.

Ključne riječi: svjetonazor, organska poljoprivreda, ekocentrička etika, zdrava hrana, biokulturni diverzitet

Uvod

Posljednjih se desetljeća u sociologiji pojavljuju različite koncepcije i teorije postindustrijskog i postmodernog društva. Među važnim problemskim kompleksima koje opisuju i analiziraju teorije postmodernosti jest afirmiranje posve novih, postmaterijalističkih vrijednosti (poštivanje okoliša, idealizam, sloboda mišljenja, humanije društvo, participacija i demokratizacija) i životnih stilova (Cifrić, 1994.). Sve veća vidljivost ekoloških problema povećala je svijest o potrebi rješavanja ekoloških kriza na svim razinama. Ovi su trendovi vidljivi u teorijskim traganjima za alternativnim svjetonazorima, koji afirmiraju ideju novih, ekološki osviještenih stilova života. U tim životnim stilovima važno mjesto pripada hrani, čija se uloga u vođenju okolišno osviještena života drži središnjom.

Materijal i metode

Rad se temelji na analizi relevantne sociološke literature koja propituje suvremene trendove i procese u suvremenom (globalnom) društvu, pri čemu se afirmira i inkluzivni, interdisciplinarni pristup. Teze iznesene u radu potkrijepljene su: 1) recentnim studijama iz područja agrikulture ekonomije i sociologije; 2) analizom internetskih stranica i novinskih članaka o proizvođačima i distributerima organske hrane; 3) aktualnim statističkim podacima o proizvodnji organske hrane u zemlji i svijetu.

Rezultati i rasprava

Hrana kao svjetonazor

Olsen, Lodwick i Dunlap svjetonazore su definirali kao „mentalne leće ili kognitivne i percepcijske karte koje konstantno upotrebljavamo kako bismo pronašli vlastiti put i razumjeli zbivanja... u socijalnom... i prirodnom okolišu“ (Geiger, 2009.). Moguće je razlikovati tri temeljna svjetonazora: 1) predmoderni (organski); 2) moderni (mehanicistički); i 3) postmoderni (ekološki) svjetonazor. Moderni je svjetonazor bio gotovo neupitan do kraja 1960-ih, kad se – pod utjecajem velikih socijalnih promjena i

pojavljivanja novih socijalnih pokreta (ženski, mirovni, ekološki...) – stvaraju novi, alternativni svjetonazori. Iako ni danas nisu prihvaćeni od većine, činjenica je da su ti svjetonazori tijekom vremena postali vrlo vidljiviji i utjecajni u svim sferama društva – od politike do proizvodnje hrane.

Ideje organske ili zdrave hrane, i organske ili ekološke poljoprivrede utemeljene su u postmodernom ekocentričkom svjetonazoru, koji promiče novu senzibiliziranost za život i za mnoge oblike njegova očitovanja – prirodu, život, životinje, biljke, tijelo, društvo... Moderni je svjetonazor prirodu tretirao kao puki resurs za eksploataciju i zagovarao superiornost ljudi nad njom. U sferi poljoprivrede ti su se stavovi i vrijednosti manifestirali kroz uzgoj monokultura, uporabu pesticida, herbicida i umjetnih gnojiva, osjetljivih visokoprinosa hibrida itd. (Metzner, 1994.).

Nasuprot tome, postmoderni ekocentrički svjetonazor promiče holistički i ne-linerani pogled na život i prirodu, ekološku senzibilnost, očuvanje biodiverziteta i ideju o intrinzičnoj vrijednosti svega postojećeg. U poljoprivredi se postmoderne ekocentričke vrijednosti manifestiraju u promicanju polikultura, permakulture, malih farmi, prirodnih gnojiva, očuvanju genetskog diverziteta (Metzner, 1994.). Obzirom da važan dio svjetonazora čini etika (Geiger, 2009.), iznimno je korisna diferencijacija etika koju je napravila C. Merchant (Tablica 1).

Tablica 1. Karakteristike ekoloških etika (Merchant, 1992.)

Egocentrička etika	Homocentrička etika	Ekocentrička etika
– Maksimizacija individualnih interesa.	– Socijalna pravda i dužnost.	– Cijeli okoliš (ljudi, životinje, bilje, minerali...) posjeduje vrijednost po sebi.
– Ono što je dobro za pojedinca, dobro je i društvo u cjelini.	– Najveće dobro jest ono što je dobro za većinu ljudi.	– Teži očuvanju života živih i neživih bića kao neizbježnih komponenti svakog zdravog ekosistema.
– Orijentacija na čovjeka.	– Orijentacija na ljude.	– Orijentacija na kozmos.

Dakle, postmoderni ekološki svjetonazor je povezan s ekocentričkom etikom, koja promiče postizanje i održavanje ravnoteže između društva i prirode, raznolikost i unikatnost ekosistema, očuvanje autohtonih vrsta itd. Ekološka/organska (ili održiva) poljoprivreda jest alternativa industrijskoj poljoprivredi. Organska poljoprivreda je povezana i s tzv. pokretom zdrave poljoprivrede i hrane, koji se pojavio početkom 20. stoljeća, a zagovarao je organske metode uzgoja (Lyons, 2001.). Tijekom 1960-ih pojavljuje se niz alternativnih mreža distribucije hrane, a od 1970-ih se na Zapadu pojavljuju i trgovine zdrave hrane, supermarketi, restorani i kafići (Lyons, 2001.). Rapidan rast i sve veća profitabilnost toga sektora vidljiv je i u činjenici da veći dio organskih proizvoda na tržištu ne proizvode mali, lokalni farmeri nego „velike globalno orijentirane firme“ (Lyons, 2001., Lawrence i sur., 2004.).

Zašto je organska hrana postala popularna?

Hrana je više od kalorija i nutrijenata. Ona ima simboličku vrijednost, i stoga može biti važan dio lokalnog/regionalnog identiteta, ali i znak nečijeg statusa, klase, životnoga stila i svjetonazora. Različiti statistički podaci ukazuju na porast proizvodnje i konzumacije organski proizvedene hrane (Radman, 2005.; Kovačić i sur., 2009.). Prema nekim procjenama ukupna površina organskog uzgoja širom svijeta iznosi preko 24 milijuna hektara (Radman, 2005.). Godišnji porast postotka konzumacije organske hrane iznosi 25%, iz čega se može zaključiti da sektor proizvodnje organske hrane raste brže od bilo kojeg drugog sektora proizvodnje hrane u svijetu (Lawrence i sur., 2004.). Jedan od uzroka tog galopirajućeg trenda jest i zasićenje postojećim, industrijskim proizvodima te interes za

nove proizvode (Kovačić i sur., 2009.). To, međutim, nije jedini razlog. Tu spadaju i sve veća briga o osobnom zdravlju, o okolišu, postmaterijalističke vrijednosti, povećanje opće ekološke svijesti itd. Najveća tržišta organske hrane su SAD i Japan, a vrlo im je blizu i Europa (Lawrence i sur., 2004.). Prema recentnim podacima *Organic Europe* u Njemačkoj je sektor organske hrane tijekom 2008. porastao za 10% i dosegao prodaju od 5,85 milijardi eura; u Velikoj Britaniji se u 2008. bilježi porast od 3% područja pod organskim uzgojem. Posljednjih petnaest godina hrvatska poljoprivreda nastoji pratiti europske i globalne trendove u potražnji za zdravom hranom (Lončarić i sur., 2009.). Prema Upisniku ekoloških poljoprivrednih proizvođača, 2007. je u Hrvatskoj bilo registrirano 430 ekoloških proizvođača (Kovačić i sur., 2009.). Domaće tržište ekološke hrane D. Znaor procjenjuje na 300 milijuna kuna (Obad, 2008.). Na hrvatskom se tržištu izdvaja nekoliko istaknutih proizvođača, a među distributerima organski uzgojene hrane nalaze se i neki veći trgovački lanci. M. Radman ističe dvije činjenice koje bitno određuju aktualno stanje na hrvatskom tržištu organske hrane: (1) tržište je tek na početku razvoja; (2) ne postoji dovoljno znanja o konzumentima organske hrane. Hrvatski potrošači smatraju organsku hranu zdravom, dobre kvalitete i ukusnom, no također i osjetno skupljom u odnosu na konvencionalnu hranu (Radman, 2005.). Visoka cijena organske hrane, ističe M. Leko Šimić, „može stvoriti poželjan imidž visoke kvalitete proizvoda“, ali i „šteti potražnji“, jer u Hrvatskoj je upravo cijena „još uvijek najvažniji kriterij odabira hrane“ (Obad, 2009.). Razloge povećane potražnje za organskom hranom i razvoja ekološke poljoprivrede može se promišljati uzimajući u obzir širi društveni kontekst. Cifrić poticaje dijeli na teorijske i praktične. Teorijski se poticaji manifestiraju „u traženju nove razvojne paradigme u poljoprivredi... koje se mogu utemeljiti na ekološkim kriterijima“ (Cifrić, 2003.). Među praktične poticaje spadaju: 1) zdravstveni, 2) ekonomski, 3) ekološki, 4) socijalni, 5) kriza agrarne politike, i 6) strateške odrednice razvoja (Cifrić, 2003.). Porast interesa za konzumiranje organske hrane interesantan je i za sociologiju, konkretno za nekoliko socioloških disciplina: sociologiju hrane, sociologiju svakodnevice, sociologiju životnih stilova, sociologiju okoliša. Upravo se tu otvaraju nove mogućnosti za suradnju i dijalog sociologije i drugih znanstvenih disciplina (agronomija, ekonomija itd).

Hrana kao životni stil

Već smo istaknuli da hrana ima veliku simboličku vrijednost i da stoga funkcionira kao važna komponenta životnog stila. Prema Giddensu, svi smo prisiljeni slijediti neki životni stil – drugim riječima, „nemamo izbora nego birati“ (Giddens, 1997.). Životni stil je skup rutiniziranih praksi koje omogućuju donošenje odluka i biranje između različitih opcija u području odijevanja, jedenja, načina djelovanja itd. On nije povezan samo s potrošnjom, nego i s osobnim vrijednostima i svjetonazorom. Prihvatanje određenog životnog stila uključuje usvajanje određenog obrasca aktivnosti i potrošnje, koji drugima signalizira i pokazuje kakva je tko osoba. Primjerice, među suvremenim pripadnicima srednje klase u zapadnim društvima identificirano je mnogo različitih životnih stilova, a među njima i oni koji su „usredotočeni na vježbanje i zdravo življenje“, zatim oni „postmoderniji“... koji kombiniraju te elemente s naglaskom na uživanje u jelu i piću“, te oni „koji istražuju mogućnosti življenja na 'okolišno zdrav' način“ (Day, 2006.), što često uključuje jedenje organski uzgojene hrane. Može se čak ustvrditi da se „čini da ljudi vole 'organsku' ideju i životni stil... oni naprosto žele biti u toj životnoj niši“ (Cosgrove, 2000.). U tom smislu, prema Reusswigu, ekološki životni stil „obuhvaća materijalne, socijalne i vrijednosne strukture“, pa funkcionira kao „strukturna paradigma koja se definira u kontekstu proizvodnje, potrošnje, političke regulative i kulturnih normi“ (Cifrić, 2003.).

Organska hrana i biokulturni diverzitet

Biodiverzitet je „opći princip organske poljoprivrede“ (*Organic Europe*). Obzirom da se temelji na ideji kako svaki živi organizam treba biti tretiran s najvećim respektom,

evidentno je da se organska poljoprivreda temelji na ekocentričkoj etici (*Organic Europe*). U svakoj fazi proizvodnje, distribucije i potrošnje, zdrava hrana za cilj ima promoviranje i podržavanje biodiverziteta. Biodiverzitet je povezan s kulturnim diverzitetom, pa govorimo o „biokulturnom diverzitetu“ – diverzitetu života na Zemlji, u prirodi i u kulturi, jer diverzitet života uključuje prirodni, kulturni i lingvistički diverzitet (Skutnabb-Kangas i sur., 2003.). Lokalne su kulture ukorijenjene u svoj okoliš, pa reflektiraju raznolikost u lokalnoj prirodi. U tom je smislu kultura mjesto susreta ljudi i lokalne prirode. V. Shiva smatra da podržavanje biodiverziteta ovisi o podržavanju kulturnog diverziteta (Shiva, 2000.). Organski uzgoj ima ključnu ulogu u održavanju biokulturnog diverziteta na lokalnoj razini jer kreira nove mogućnosti za lokalna/regionalna područja; otvara nova radna mjesta; kreira atraktivnije prirodne krajolike; uključuje lokalnu zajednicu u lanac ponude hrane; kombinira moderne sustave proizvodnje hrane s tradicionalnom poljoprivredom, lokalnim i tradicijskim znanjima i praksama te doprinosi kreiranju i svakodnevnoj primjeni nove ekocentričke etike i postmaterijalističkih vrijednosti (*Organic Europe*).

Zaključak

Organska poljoprivreda ili ekološka proizvodnja je „dugoročni pothvat kojeg treba maksimalno podržati u cilju postizanja ekološki što prihvatljivije poljoprivredne proizvodnje. Prikazivati ekološku proizvodnju brzo provedivom i neposrednim rješenjem nekih poljoprivrednih problema pogrešno je... Ekološka proizvodnja treba biti usmjerena na poznatog kupca, hotele i robne lance, te izvoz, kojeg treba država maksimalno poduprijeti organizacijom, edukacijom proizvođača te financijskom stimulacijom“ (Maceljki, 2004.). Zdrava, organska hrana izuzetno je važna ne samo na individualnom planu nego i na lokalnom te globalnom nivou, pa se treba složiti s konstatacijom kako izborom hrane koju će konzumirati „potrošači mogu izabrati u korist boljeg okoliša“ (Cosgrove, 2000.). No, ne treba zaboraviti da razvoj organske poljoprivrede i interes za zdravu hranu otvara nova istraživačka područja i prostor za plodan dijalog i uzajamno korisnu suradnju prirodnih i društvenih znanosti.

Napomena

Rad je ostvaren u okviru projekta „Održivi razvoj Hrvatske“ (194-1941560-1550) koji financira MZOŠ RH.

Literatura

- Cifrić, I. (1994). *Napredak i opstanak. Moderno mišljenje u postmodernom kontekstu*. Zagreb, Hrvatska: Hrvatsko sociološko društvo i Zavod za sociologiju Filozofskog fakulteta u Zagrebu.
- Cifrić, I. (2003). *Ruralni razvoj i modernizacija. Prilozi istraživanju ruralnog identiteta*. Zagreb, Hrvatska: Institut za društvena istraživanja Zagreb.
- Cosgrove, C. (2000). *Living the 'organic' food lifestyle*. Raspoloživo: <http://edition.cnn.com/2000/FOOD/news/03/23/organic.wmd/>
- Day, G. (2006). *Community and Everyday Life*. London, UK, New York, USA: Routledge.
- Geiger, M. (2009). *S onu stranu monokulture. Tradicijska znanja o okolišu i mreža života*. Zagreb, Hrvatska: Izdanja Antibarbarus.
- Giddens, A. (1997). *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford, California, USA: Stanford University Press.
- Kovačić, D., Mesić, Ž., Pavičić, A. (2009). Analiza potražnje ekoloških proizvoda na zagrebačkom tržištu. Objavljeno u *Zbornik radova, 44. hrvatski i 4. međunarodni simpozij*

- agronoma*, Marić, S., Lončarić, Z. (eds.), 213–217. Osijek, Hrvatska: Poljoprivredni fakultet Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.
- Lawrence, G., Cheshire, L., Ackroyd Richards, C. (2004). Agricultural Production and the Ecological Question. Objavljeno u *Controversies in Environmental Sociology*, White, R. (ed.), 221–237. Cambridge, New York, USA: Cambridge University Press.
- Lončarić, R., Deže, J., Ranogajec, Lj. (2009). Consumers' attitudes analysis regarding organic food in Eastern Croatia. Objavljeno u *4th Aspects and Visions of Applied Economics and Informatics*, Debrecen, Hungary, Raspoloživo: <http://www.avacongress.net/pdf/52.pdf>
- Maceljiski, M. (2004). Ekološka poljoprivredna proizvodnja. Objavljeno u *Forumi o održivom razvoju. Interkulturni dijalog aktera o održivim razvojnim usmjerenjima u zaštiti okoliša u Hrvatskoj i regiji*, Dvornik, S., Horvat, V. (eds.), 64-70. Zagreb, Hrvatska: Fondacija Heinrich Böll.
- Merchant, C. (1992). *Radical Ecology. The Search for a Livable World*. New York, USA, London, UK: Routledge.
- Metzner, R. (1994). The Emerging Cosmological Worldview. Objavljeno u *Worldviews and Ecology. Religion, Philosophy and the Environment*, Tucker, M. E., Grim, J. A. (eds.), 163-172. New York, USA: Orbis Books.
- Obad, O. (2009). Pravo lice eko-uspjeha. Objavljeno u *Forbes*, ožujak 2009., 44–47.
- Organic Europe Home Page. Raspoloživo: <http://www.organic-europe.net/>
- Radman, M. (2005). Consumer consumption and perception of organic products in Croatia. Raspoloživo: <http://www.emeraldinsight.com/Insight/ViewContentServlet?Filename=Published/EmeraldFullTextArticle/Articles/0701070405.html>
- Skutnabb-Kangas, T. Maffi, L., Harman, D. (2003). *Sharing a World of Difference: The Earth's Linguistic Cultural and Biological Diversity*. UNESCO-Terralingua-World Wide Fund for Nature. Raspoloživo: www.terralingua.org/RecPublications.htm
- Shiva, V. (2000). Prijetnje biološkoj i kulturnoj raznovrsnosti. *Treća. Časopis Centra za ženske studije*, 2(2): 105–115, Zagreb, Hrvatska.

Food as worldview – sociological aspects of organic food and „health food“

Abstract

According to the statistical data, the organic food domain is the fastest growing domain at global level. Increased demand for organic food is connected with several crucial trends in the postmodern society. In this context, the food became important part of the postmodern ecological worldview which promotes holistic perception of the world, ecocentric ethic and ecologically conscious praxis which is manifested in preparing and consuming organic food and living healthy everyday life. Organic food is not reduced only at individual level. It is also important impulse for sustainable local agriculture and local biocultural diversity.

Key words: worldview, organic agriculture, ecocentric ethic, health food, biocultural diversity