

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Branka Krušić

**Analiza medijskega poročanja o primerjalnih prednostih ekološko pridelane hrane**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Branka Krušič

Mentor: red. prof. dr. Zlatko Jančič

**Analiza medijskega poročanja o primerjalnih prednostih ekološko pridelane hrane**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

*Spoznati snovanje narave in spoznati odnos, v katerem mora biti človekovo delovanje do njega, to je cilj. Vendar je v stvari težavnost: pravilnost spoznanja je odvisna od nečesa, kar je zunaj njega. A ker je prav to, od česar je odvisno, zunaj njega, kako moram vedeti, če ni v resnici narava, čemur pravim človek, in ni v resnici človek, čemur pravim narava? Resnično spoznanje terja pač resničnega človeka.*

*Zhuang Zi*

## **Analiza medijskega poročanja o primerjalnih prednostih ekološko pridelane hrane**

V diplomskem delu so predstavljene prednosti ekološko pridelane hrane in dognanja o hranilnih vrednostih ekološko pridelane hrane v znanstvenih raziskavah. Gre predvsem za razlikovanje ekološko pridelane hrane od konvencionalno pridelane, tako v splošnih značilnostih, ki so v večini posledica načina pridelave, kot glede hranilnih vrednosti, to je notranje vrednosti ekološko pridelanih živil v primerjavi s konvencionalnimi. Diplomsko delo je razdeljeno na šest delov. V prvem delu je predstavljena okoljska zavest kot najširši okvir razumevanja ekološke pridelave skozi zgodovinski razvoj povezanosti človeka z naravo, okoljsko etiko in trajnostni razvoj. V drugem delu so opisane prehranjevalne navade in njihova navezava na razumevanje in potrošnjo ekološko pridelane hrane, ki sledi v tretjem delu naloge. Sledi podrobna predstavitev primerjalnih prednosti ekološko pridelane hrane, tako splošnih kot nutricionističnih. Ugotovitve teorij tržno komunikacijskega vidika v petem delu dopolnjujejo empirični del naloge v šestem delu, kjer so prikazani rezultati analize vsebine poročanja slovenskih medijev o prednosti ekološko pridelane hrane. Diplomsko delo je zaključeno z ugotovitvami tako glede dognanj iz teorije kot empiričnih podatkov, pridobljenih za namen te diplomske naloge.

Ključne besede: okoljska zavest, prehranjevalne navade, ekološko pridelana hrana, tržno komuniciranje, analiza vsebine.

## **Media reporting analysis about organic food benefits**

This thesis presents benefits of organic food and scientific findings about nutritional values of organic food. The main differences between organic and conventional foods are presented, both general benefits, which are mainly the consequence of organic way of farming, and benefits from nutritional values as internal value of organic foods compared to conventional ones. The thesis consists of six parts. In first part environmental awareness is presented as the widest frame for understanding organic farming through history and the human's connection with nature, environmental ethics and sustainable development. In second part are described eating habits and their connection to understanding and consumption of organic food. Further on the detailed presentation of comparative benefits of organic food is presented, both general and nutritional. The fifth part contains the theory about promotion of organic food as a complementary perspective to press reporting. The thesis is substantiated by content analysis of Slovenian media about media consumption of organic food. Finally, the conclusions are made both from theoretical and practical part of thesis.

Keywords: environmental awareness, eating habits, organic food, promotion, content analysis.

## KAZALO

1 UVOD .....	7
2 OKOLJSKA ZAVEST .....	10
2.1 Okoljska potrošnja in potrošnja ekološko pridelane hrane .....	11
2.2 Spreminjanje človekove povezanosti z naravo skozi zgodovino .....	13
2.3 Ekološka/okoljska zavest .....	15
2.4 Trajnostni razvoj .....	17
2.5 Ekološka/okoljska etika.....	19
2.6 Globalizacija.....	20
2.7 Sonaravno.....	21
3 PREHRANJEVALNE NAVADE.....	23
3.1 Hrana in prehranjevanje v teoriji.....	24
3.1.1 Funkcionalizem .....	25
3.1.2 Strukturalizem .....	26
3.1.3 Razvojno-zgodovinski pristopi .....	30
3.1.4 Ženske študije.....	31
3.2 Vpliv socialne pripadnosti na načine prehranjevanja.....	32
3.3 Sodobne smeri prehranskih navad.....	34
4 PRIMERJALNE PREDNOSTI EKOLOŠKO PRIDELANE HRANE .....	37
4.1 Razvoj ekološke prehranske zavesti .....	37
4.2 Ekološko pridelana hrana vs. konvencionalni.....	39
4.3 Potrošnja ekološko pridelane hrane.....	43
4.3 Hranilne vrednosti ekološko pridelane hrane.....	47
5 TRŽNO KOMUNICIRANJE EKOLOŠKO PRIDELANE HRANE .....	57
5.1 Opredelitev tržnega komuniciranja .....	57
5.2 Trženjski splet in ekološko pridelana hrana.....	61
5.3 Tržno komuniciranje ekološko usmerjenih kmetij v praksi.....	66
6 MEDIJSKA POTROŠNJA IN EKOLOŠKO PRIDELANA HRANA.....	71
6.1 Medijska potrošnja .....	71
6.2 Analiza vsebine .....	73
6.2.1 O analiziranih medijih.....	75
6.2.2 Predstavitev analize posameznega medija .....	76
6.2.3 Primerjava izbranih medijev o poročanju o ekološko pridelani hrani.....	82

7 SKLEP.....	86
8 LITERATURA.....	89

#### KAZALO TABEL

5.1: Primerjava neposrednih in posrednih prodajnih poti ekološko usmerjene kmetije .....	66
6.1: Seznam analiziranih člankov Delo, 2010–2013 .....	77
6.2: Seznam analiziranih člankov Jana, 2010–2013 .....	79
6.3: Seznam analiziranih člankov Rtv slo, 2010–2013 .....	81
6.4: Seznam analiziranih člankov Aktivni, 2010–2013 .....	82
6.5: Število analiziranih člankov po medijih in letih .....	82
6.6: Umeščenost člankov znotraj medija.....	83

#### KAZALO GRAFOV

Graf 6.1: Zastopanost ekološko pridelane hrane skozi različne kategorije člankov .....	84
--	----

#### KAZALO SLIK

Slika 5.1: Primer oglasa Bio linije v Mercatorju .....	68
Slika 5.2: Hoferjev oglas za bio in ostalo.....	68
Slika 5.3: Oglaševanje trgovine Kalček .....	68
Slika 5.4: Primer oglaševanja Mlekarne Vipava .....	69
Slika 5.5: Primer novičke za oglaševalca Mercator .....	69
Slika 5.6: Oglas s strani Ministrstva za kmetijstvo ob uvedbi nove eko označbe .....	70

# 1 UVOD

Okoljske teme so postale zelo popularne v osemdesetih letih prejšnjega stoletja. Kupci, ki trdijo, da so okoljsko ozaveščeni, postavljajo s tem posebne zahteve do proizvajalcev, distributerjev in marketinških strokovnjakov. Hrana ima kulturni in družbeni podton in izbira hrane postaja vedno bolj simbolna vrednota (Davies in drugi 1995).

Hrana in s tem prehranjevanje, sploh v zahodnem svetu, že dolgo ne pomeni le preživetja in hranilne vrednosti, ki nam jo daje, ampak ima širši, družbeni, kulturni in simboličen pomen. Kaj jemo in način, kako to počnemo, govori o nas in nas opredeljuje. Z izbiro načina prehranjevanja in vrste hrane sporočamo svetu, katere etične vrednote zagovarjamo, kakšen je naš odnos do samih sebe, sočloveka, narave, pa tudi do potrošništva (Bell in Valentine, 1997).

Z diplomskim delom želimo raziskati področje ekološke pridelave hrane, in sicer želimo ugotoviti, katere so konkretne prednosti (ali slabosti) ekološko pridelane hrane v primerjavi s konvencionalno pridelano. Večina prednosti, predvidevamo, izvira iz načina pridelave, ki mora upoštevati točno določene zakonitosti in pravila, sicer se ne sme okititi z naslovom ekološkega. Prav tako pa nas zanimajo tudi znanstvena dognanja glede nutricionistične vrednosti ekološko pridelane hrane, ali je torej po sami kemični sestavi ter hranilnih vrednostih ekološko pridelana hrana dejansko boljša (lahko pa tudi enaka ali slabša) od konvencionalno pridelane.

Na začetku diplomskega dela nas bo zanimalo pojmovanje okolja in človeka na splošno. Okoljsko zavest kot krovni pojem bomo razložili skozi okoljsko potrošnjo in znotraj le-te potrošnjo ekološko pridelane hrane. Pomemben vidik je spreminjanje človekove povezanosti z naravo skozi zgodovino in razumevanje vseh razvojnih stopenj. Ekološka ali okoljska zavest, trajnostni razvoj, globalizacija in sonaravno pa so pojmi, s katerimi bomo poskušali problem še bolj razsvetliti in opredeliti.

V nadaljevanju se bomo osredotočili na prehranjevalne navade, za katere menimo, da so sestavni del potrošnje in nakupnih odločitev prehranskih izdelkov. Teorijo prehranjevalnih navad bomo poskušali aplicirati na ekološko pridelano hrano kot eno od možnih izbir danes, saj vemo, da je prehranjevanje tako potreba kot filozofija.

Z natančno opredelitvijo značilnosti ekološke in konvencionalne pridelave se bomo potrudili prikazati razlike med ekološko pridelano in konvencionalno oz. industrijsko hrano. Zelo podrobno bo predstavljeno tudi določeno, na prostorske zmogljivosti diplomskega dela omejeno število znanstvenih študij glede hranilnih vrednosti obeh vrst prehrabnih izdelkov. Temu delu posvečamo kljub vsemu precej prostora z namenom prikazati čim več različnih zornih kotov dosedanjih znanstvenih raziskav.

Na kratko se bomo dotaknili tudi tržnega komuniciranja ekološko pridelane hrane, za katero ugotavljamo, da pomembno sooblikuje in dopolnjuje medijsko poročanje o tej temi. Tržno komunikacijski vidik je smotrno proučiti tudi z vidika današnjih trendov, ki igrajo močno vlogo pri tržnem komuniciranju in tržnem nastopanju nekega podjetja, pridelovalca, prodajalca. Za uspešno oblikovanje in doseganje ciljnih skupin je ključnega pomena poznavanje njihovih življenjskih stilov.

Ker imajo mediji pomembno vlogo pri oblikovanju javnega mnenja in vplivajo tudi na potrošnikove odločitve, smo se skozi raziskovalni del naloge odločili analizirati vsebino štirih slovenskih medijev in ugotoviti, kakšnemu sporočilu je izpostavljen slovenski bralec in posledično slovenski potrošnik. Izbrali smo tiskan in internetni medij, saj je skozi njiju možno podati največjo količino informacij, bralec ju konzumira z namenom poglobljenega branja in iskanja informacij, pri čemer ga le-te ne doletijo naključno, ampak si jih sam izbere. Predstavljena bo analiza vsebine dveh splošnih medijev s širokim dosegom (tiskana izdaja Dela in Rtv slo kot eden večjih novičarskih portalov) in dveh specializiranih medijev, ki pokrivata življenjski stil, med drugim tudi zdravje in prehrano (Jana in portal Aktivni). Skozi analizo vsebine izbranih medijev želimo ugotoviti, katere prednosti (ali slabosti) ekološko pridelane hrane v primerjavi s konvencionalno prikazujejo slovenski mediji. Podobno kot v teoretičnem delu bomo tudi tukaj poiskali morebitne splošne prednosti in prednosti glede boljših, večjih hranilnih vrednosti ekološko pridelane hrane v nasprotju s konvencionalno.

Pri raziskovanju nas torej vodijo naslednja raziskovalna vprašanja:

- Katere so prednosti ekološko pridelane hrane skozi teorijo?
- Kakšna so dognanja o nutricionistični vrednosti ekološko pridelane hrane v znanstvenih raziskavah?
- Katere prednosti ekološko pridelane hrane izpostavljajo mediji v Sloveniji?



- Kako poročajo slovenski mediji o izstopajočih/neizstopajočih nutricionističnih vrednostih ekološko pridelane hrane?

Domnevamo, da je ekološko pridelana hrana povečini izpostavljena kot boljša v primerjavi s konvencionalno pridelano oz. predvidevamo, da bomo tako v teoriji kot v analizi vsebine medijev našli večje število primerjalnih prednosti v prid ekološko pridelani hrani.

## 2 OKOLJSKA ZAVEST

Prehranjevanje in z njim povezani različni načini pridelave hrane so del celostnega pojmovanja človeka in narave, zato se nam zdi smiselno, da na pričetku diplomskega dela orišemo širši okvir razumevanja pojmov, kot so ekološka/okoljska etika, trajnostni razvoj, globalizacija in še kaj, kar prispeva tudi k vrednotenju in razumevanju ekološko pridelane hrane. Tudi s pridelavo in porabo hrane človek participira v naravi in posledice tega delovanja niso in ne smejo biti zanemarljive. »Osnovni pogoj, da človek spremeni vzorce svojega delovanja, je ozaveščenost o lastni soudeležbi pri nastajanju okoljskih posledic. V kolikor takšne ozaveščenosti nima, tudi ni pripravljen drugače delovati.« (Kirn 2003, 17–36).

Holistično videnje sveta kot celostne koncepcije sveta se kaže že v biologiji, ki pravi, da je živo bitje celota, hkrati pa je celota več kot vsota vseh njenih posameznih delov (Serneck 2004). Najvidnejši sodobnik holistične paradigme Gregory Bateson vključuje v razlago holizma tudi pojem duha, narave ne gre spoznavati samo objektivno, ampak v njej vedno sodeluje tudi človek, torej je del narave tudi občutenje, intuicija. Bateson skozi povezovanje človeka s kozmosom razvija razumevanje ekologije in njeno duhovno zavest v spoznanje, da je ekologija holistična veda (Bateson v Serneck 2004).

Kot del okoljske zavesti nastopa tudi potrošnja ekološko pridelane hrane. Potrošnja z vidika končnega potrošnika, pa tudi samo trženje in marketinško upravljanje ekološko pridelane hrane. V času, ko se dogaja tako veliko ekoloških sprememb, je biti okoljsko ozaveščen sila moderno, tako s strani potrošnikov, ki si morda s kupovanjem ekološko pridelanih izdelkov »kupijo« tudi občutek, da so nekaj naredili za okolje, kot s strani podjetij, ki se z zelenim nastopanjem želijo prikazati v dobri luči. »Marketinško upravljanje izdelkov, ki so okolju prijazni, je pogosto povezano z zelo dvomljivimi trditvami. Vse več podjetij je obtoženih ne le, da njihove »zelene« trditve ne drže, pač pa, da je vse, kar počno na področju ekologije, namenjeno le doseganju prijaznejšega imidža v očeh javnosti. To v mnogočem škoduje tudi sami ekologiji in povzroča dvom pri ljudeh« (Jančič 1999, 110).

Okoljska zavest deluje na širokem polju različnih področij, to so onesnaževanje prometa in industrije, skrb za ločevanje odpadkov in tudi ekološka pridelava hrane. Slednjemu področju se bomo posvetili mi.

## 2.1 Okoljska potrošnja in potrošnja ekološko pridelane hrane

Na podlagi raziskave, izvedene leta 2003 v Celju in Ljubljani, je bilo ugotovljeno, da prehranjevanje z ekološko hrano ni samo prehranjevalna navada, ampak v bistvu način življenja. Kot najpogostejši vzrok za prehajanje iz konvencionalno pridelane hrane na ekološko se navaja bolezen oz. skrb za zdravje. Da gre za način življenja pa kažejo tudi ostale prakse sodelujočih v raziskavi: ločevanje smeti, organskih in anorganskih odpadkov, odklanjanje plastične embalaže, varčevanje z energijo, čiščenje z naravnimi čistili, opuščanje vožnje z avtomobilom, preizkušanje alternativnih oblik zdravljenja itn. S tem, ko so ljudje korenito spremenili svoj način življenja in razmišljanja, so posledično spremenili tudi prehranjevalne navade (Marolt in Tivadar 2003).

Potrošnja ekološko pridelane hrane je del okoljske potrošnje in ima po mnenju nekaterih znanstvenikov velik pomen pri ohranjanju človeške vrste (Žibret 2009). V človekovo okoljsko odgovorno ravnanje sodijo različne aktivnosti in okoljske prakse: ponovna uporaba odpadkov in naprav, kompostiranje, nakup izdelkov za trajno uporabo, uporaba energetsko učinkovitejših naprav, odpoved vožnji z avtomobilom, nakupovanje ekološko pridelane hrane itn. (Žibret 2009). Vedenje potrošnika je torej odsev njegovega celotnega življenjskega stila in ni povezano samo s konkretnim nakupnim vedenjem (Jackson v Žibret 2009). Že leta 1973 je Fisk pozival vlade, podjetja in potrošnike, da je potrebno razmišljati o okoljskih posledicah, ki jih nosijo nakupne odločitve oz. navade. Svetoval je zamenjavo obstoječih nakupnih navad z okolju prijaznejšimi (Fisk v Žibret 2009). Tudi iz raziskav slovenskega javnega mnenja v letih 1984–1992 razberemo, da večina vprašanih soglaša z vprašanjem, ali lahko posameznik s spremembo svojih ustaljenih navad prispeva k manjšemu onesnaževanju narave (Kos 1992). Potrošnik torej pomembno soustvarja podobo sodobne družbe (Žibret 2009), ni pa edini pomemben dejavnik. V članku Johna Thøgersen-a so objavljeni rezultati raziskav, zakaj se nakupne navade potrošnikov ekološke hrane razlikujejo med državami. Tržni delež ekološke hrane je zelo močno odvisen od politične ureditve in uredb, kar zajema pravne definicije in standarde, finančno podporo ekološkim kmetovalcem in nacionalni sistem označevanja. Ostali pomembni pogoji so rodovitnost zemlje, učinkovit distribucijski sistem in cena. Makro pogoji, kot so kultura prehranjevanja, nivo družbenega postmaterializma in okoljska skrb prav tako igrajo pomembno vlogo (Thøgersen 2010).

Za spreminjanje človekovih potrošniških navad v okolju prijazne je na eni strani nujno (okoljsko) izobraževanje potrošnikov, na drugi strani pa ustrezni ekonomski temelji, ki bodo omogočili na trgu cenovno bolj enakovredne izdelke (Žibret 2009). Potrošniki kupujejo izdelke, ki zadovoljujejo njihove dejanske potrebe in želje (Zaltman v Žibret 2009), poleg tega vpliva na etično nakupno odločitev tudi cena, kakovost in dostopnost izdelka ter napačne in premalo kakovostne informacije o etičnih izdelkih, pa tudi potrošnikove vrednote in stališča do družbenih dogajanj (Žibret 2009). Visoka cena je eden najpogostejših razlogov, da potrošniki ne nakupujejo ekološke hrane (Hughner in ostali v Thøgersen 2010).

Italijanska študija, ki so jo izvedli na Biotehnični fakulteti v Anconi (Faculty of Agriculture, DiBiAgA, University of Ancona, Ancona, Italy) in v okviru katere so izprašali 60 intervjuvancev, odgovornih za vodenje gospodinjstev, je dala zanimiv prispevek marketingu ekoloških izdelkov. Nižje cene in boljša distribucija bi pomagali k večjemu povpraševanju po ekoloških izdelkih. Hkrati želijo potencialni ekološki potrošniki okusne izdelke, ki se ne pokvarijo hitro in ki so praktični za uporabo. Potrošnikom ogromno pomeni informacija na izdelku – označevanje in certifikati so osnovno izhodišče, na podlagi katerega lahko potrošniki svobodno izbirajo med izdelki. Varna hrana je zaželen cilj, toda najbolj od vsega želijo biti potrošniki seznanjeni s tem, kako se ekološka pridelava dejansko razlikuje od konvencionalne in kako se od konvencionalnih posledično razlikujejo ekološki izdelki (Zanoli in Naspetti 2002).

Obstaja kar nekaj modelov preučevanja potrošnikovega vedenja, podrobnostim posameznih od njih se v diplomskem delu ne bomo posvečali, omenili bi samo, da se v novejših modelih začne pojavljati pojem emocije, torej čustev oz. razpoloženja kot enega od možnih vplivov na nakupno odločitev potrošnika. V ospredju ni več samo ekonomska predpostavka koristi, značilna za starejše modele (Žibret 2009).

Zaradi pritiskov potrošnikov na podjetja v zadnjih tridesetih letih so podjetja morala spremeniti svoj odnos do okolja. Potrošniki zahtevajo spremembe v dveh smereh: a) uporaba okolju prijaznih in varnih materialov in proizvodnih postopkov ter b) sprememba izdelkov, katerih novi atributi so ponovna uporaba, daljša življenjska doba, upravljanje z odpadki (Jančič 1999). Nazori potrošnikov, ki so jih vodili k povpraševanju po ekološki hrani, pa so v nekaterih državah vplivali tudi nazaj na politični sistem in tako tlakovali pot finančni podpora ekološkim kmetovalcem in ekološki pridelavi (Thøgersen 2010). Znanje o zelenem potrošniku je zelo

pomembno, še posebej za trgovce, saj okoljska tematika vpliva na nakupne navade skoraj šestih od desetih vprašanih, ugotavlja Mintel na podlagi raziskav, izvedenih v Angliji, Škotski in Walesu v raziskavi (Davies in drugi 1995).

Okoljsko gibanje se je med drugim razvilo tudi kot kritika marketinškemu konceptu. »Izmed vseh ved je prav ekonomija v največjem nasprotju z ekologijo« (Jančič 1999, 107). Ekonomsko izhajanje iz koncepta rasti in domneva neskončnega povečevanja človekovih materialnih potreb se ne ujema s konceptom trajnostnega razvoja (Jančič 1999; Kirn 2004; Kos 2004). Dokument Agenda 21, sprejet leta 1992 v Riu de Janieru, opredeljuje nadaljnji gospodarski razvoj, temelječ na trajnostnem razvoju (Jančič 1999) in je v tem smislu posvečen človekovemu delovanju na okolje (Žibret 2009). Še en pomemben dokument, sprejet leta 2005 na globalni ravni, je Kjotski protokol, v katerem se 141 držav – podpisnic zaveže, da bodo v letih 2008 – 2013 zmanjšale količino toplogrednih plinov za 5 % v primerjavi z letom 1990 (Žibret 2009).

## 2.2 Spreminjanje človekove povezanosti z naravo skozi zgodovino

Po Kirnu je človeštvo prešlo skozi tri družbenoekonomske preobrazbe, paleolitsko, neolitsko in industrijsko, zdaj pa se nahajamo oz. vstopamo v četrto, to je postindustrijsko oz. postmoderno dobo (Kirn 2004).

Za **paleolitsko obdobje**, ki je bilo najdaljše, je značilna prvobitna povezanost človeka z naravo. Ker ne obstajajo pisni viri, ki bi nakazovali na ekološko izoblikovanost paleolitskega človeka, se o tej sklepa na podlagi njegovega načina življenja. Le-to je temeljilo na lovu in nabiralništvu, človek pa se je počutil eno z naravo in živimi bitji iz živalskega in rastlinskega sveta. Pomembna značilnost tega obdobja je, da človek sebe ni izločeval iz narave, njegova zavest je bila združujoča, povezovala je vse tisto, kar je v kasnejših obdobjih človek začel dojemati kot različno, nasprotujoče, tudi izključujoče (Kirn 2004).

Način življenja v **neolitskem obdobju** je bil poljedelski in nomadsko živinorejski, nastajati so začinjala mesta, države in druge skupnosti ter s tem dualistično mišljenje, razdvajanje in različno vrednotenje. Z zavedanjem svojega družbenega in duhovnega bistva (tudi vpliv monoteističnih religij) je človek sebe ločil od narave, duhovno od fizičnega, prišlo je torej do etičnega antropocentrizma, pojmovanja, da je človek središče narave in da je le-ta namenjena njemu (hierarhičnost, gospodovalnost). Naravo kot divjino je potrebno obvladovati, gledano

tako duhovno kot znanstveno tehnološko (Kirn 2004). Zaradi večanja števila prebivalstva je bilo potrebno vedno več hrane in to je vodilo v tehnične izboljšave pridelave, kar pa je pričelo tudi spreminjati naravno okolje (Tarman 1994).

V **novoveškem, industrijskem obdobju** postajajo problem posledice znanosti, tehnologije in ekonomske uspešnosti kot zmage človeštva proti naravi. *Filozofski pogled* po Descartesu loči med materialnim, za katerega so značilni oblika, količina, teža, razsežnost, in subjektivnim, ki nima materialnih lastnosti, ampak izraža človekovo dožemanje stvari. Materialno oz. objektivno se da meriti in to se spodbuja. Nadalje je novoveška filozofija povezana z *naravoslovno-matematičnim konceptom*, v okviru katerega je matematična fizika edina prava znanost o naravi. Kvantitativno nadvlada kvalitativno in kar je neizmerljivo, ni primeren predmet znanosti. V *tehničnem pogledu* industrijskega obdobja se narava primerja z zelo zapletenim strojem, ki ga je ustvaril bog in je popolnejši od človeških strojev. Skozi ekonomski pogled pa je narava sama brez vrednosti, predstavlja surovino, ki se opredmeti skozi človekovo delo, uveljavljanje industrijske revolucije torej (Kirn 2004). V industrijskem obdobju se miselnost o brezmejnosti dobrin še bolj utrdi, tehnični napredek, podprt z znanostjo, povzroča pustošenje živalskega in rastlinskega sveta (Tarman 1994).

**Postindustrijsko (postmoderno) preobrazbo** zaznamujejo izrazi ekološka tranzicija, ekološka modernizacija, trajnostni razvoj, na novo nastaja enotnost med človekom in naravo. Novoveški antropocentrizem se poskuša preseči z nastajanjem ekocentrizma, z ekologizacijo tehnologije, proizvodnje in potrošnje. Oblikujejo se tri pomembna stališča: a) dolgoročno in ekološko/okoljsko delovanje, b) ekološki/okoljski in etični razlogi prepovedujejo delati vse, kar bi bilo sicer možno in c) preventiva je boljša kot kurativa (Kirn 2004). Človek se sooči z negativnimi posledicami uničevanja narave do tedaj, narava zada povratne udarce, s katerimi opozori na nevarnost enosmernega razmišljanja (Tarman 1994).

### 2.3 Ekološka/okoljska zavest

Ekološka/okoljska zavest je del človekovega praktičnega odnosa do narave. Ni samo odsev njegovega ravnanja, ampak tudi vodilo in norma (Kirn 2003).

Ekološka/okoljska zavest vpliva na človekovo praktično ravnanje in odnos do narave ter na to, kakšne vrednote vidi v naravi. Vpliv ekološke/okoljske zavesti je razpršen in se odraža v različnih človekovih fizičnih aktivnostih v naravi. Teoretska izhodišča za opredelitev ekološke/okoljske zavesti so različna: a) **radikalno družbenopolitično usmerjena ekološka zavest** je kritika stremljenja za ekonomsko rastjo, dobičkom in uspehom; tu leži izvor ekološke krize. Sem spadajo tako marksistični ekonomski misleci kot tudi globinski ekologi. V prihodnosti človeku grozi usihanje naravnih virov in posledično je ogroženo človekovo preživetje, b) prevladujoča **družbenoreformna ekološka zavest**, ki verjame v trajno združenost varovanja okolja z ekonomsko rastjo, tržno ekonomijo, liberalno demokracijo in zasebnolastniškimi odnosi in v okviru katere se ekološki/okoljski problemi rešujejo z izobraževanjem, spreminjanjem vrednot, ekotehničnimi inovacijami ter primernimi pravnimi in ekonomskim instrumenti, c) ekološke probleme vidi predvsem kot znanstvenotehnične probleme **scientistično-tehnicistično reformno usmerjena ekološka zavest**, saj se tehnološki razvoj stalno izboljšuje in kot tak »verjame«, da lahko tudi pomaga rešiti novo nastale okoljske probleme, č) **naturalistično usmerjena ekološka zavest** vidi rešitev v vrnitvi človeka k preprostejšim oblikam življenja, in sicer naj bo življenje čim bolj sonaravno in čim manj energetske intenzivno, d) na podlagi **biološko-deterministične ekološke zavesti** leži izvor ekoloških problemov v samem biološkem bistvu človeka, ki teži k nenehnemu novemu ustvarjanju, kar pa je možno doseči samo na račun degradacije okolja. Svet brez človeka bi bil tako ekološko bolj popoln in trajen, čeprav sama nujnost ali možnost nečesa še ne določa njegove konkretne vsebine (na primer smrt človeka je njegova nujnost, ampak umira se tudi iz drugih razlogov, ne samo zaradi te nujnosti), e) **ekocentrizem** oz. ekocentrična ekološka zavest pa združuje človeka in ostale dele žive narave v celoto, kjer je prostor za posebnosti vseh (Kirn 2004, 63–66).

Ekološko ozaveščen je človek takrat, ko spozna in prizna svojo najtesnejšo povezanost z naravo in življenjsko odvisnost od nje, da je torej del narave, ki ga obdaja. V naravi pa ne gre samo za delovanje človeka do človeka, ampak za delovanje človeka do vseh oblik življenja. K prebujanju ekološke zavesti spada tudi zavest o nevarnostih in posledicah neodgovornega

ravnanja z naravo, kar se kaže v onesnaževanju okolja, izčrpavanju zemeljskega bogastva, rušenju naravnega ravnovesja, stremljenju k nenehni rasti in s tem pogojenemu dobičku kot edinemu pravemu merilu (Kirn 2004).

Če ekološka pridelava hrane ne dovoljuje pesticidov in ostalih kemičnih pripravkov, o katerih bo več govora v nadaljevanju, pa je njeno nasprotje konvencionalno/industrijsko pridelana hrana, ki vse to vsebuje in kot taka onesnažuje celotno okolje, ne samo človeka. Za nakup ekološko pridelane hrane se torej posameznik lahko odloči tudi iz okoljevarstvenega vzgiba. To lahko podpremo tudi s podatki iz SJM, o katerih poroča Kos že leta 1992: namreč, velika večina vprašanih (76,4 %) je mnenja, da lahko posameznik s spremembo svojih ustaljenih navad prispeva k zmanjšanju onesnaževanja narave, samo 15,5 % vprašanih pa meni, da lahko ekološke probleme zaradi njihove zapletenosti rešuje le država (Kos 1992). Preusmeritev v nakupovanje ekološke pridelane hrane je lahko potemtakem ena od spremenjenih navad človeka, s katero se lahko zmanjša preobremenjenost narave. Članek *Who buys organic food* sicer ugotavlja, da ljudje, ki trdijo, da so okoljsko ozaveščeni in zaskrbljeni za okolje, niso nujno tudi kupci ekološko pridelane hrane (Davies in drugi 1995, 17–23). Okoljska ozaveščenost torej ni nujna sestavina ekološke potrošnje, obstajajo še druge, je pa zagotovo ena od pomembnejših.

Kemizacija naravnega okolja, zlasti uporaba insekticidov, je ena izmed perečih tem okoljske problematike v sedanjem času. Kljub različnim predpisom, konvencijam in resolucijam, sprejetih v zadnjih štiridesetih letih, se proces kemizacije še nadaljuje. Alternativo visoko kemiziranemu kmetijstvu, ki je hkrati tudi zelo donosno, vidijo nekateri v genski tehnologiji, drugi pa v sonaravnem kmetovanju, ki je manj intenzivno in kemizirano, a tudi manj donosno (Kirn 2003). Uporaba kemičnih gnojil je konvencionalnega kmeta osvobodila prave, kar naenkrat niso bili več odvisni od hlevskega gnoja, torej jim tudi ni bilo več potrebno proizvajati krme, kar je bila nekoč osnova kmetijstva (Thomas v Boyle in ostali 1984).

Skozi analizo odgovorov ankete Slovenskega javnega mnenja v letih 1993, 1997 in 2000 je opaziti porast zaznavanja nevarnosti za okolje, ki ga predstavlja kemizacija ter z njo povezana uporaba pesticidov in ostalih kemičnih sredstev. Tako jih je leta 1993 mislilo 90 %, leta 1997 94,5 % in leta 2000 96,5 % vprašanih (Kirn 2003, 29).



Slovenija je nekje do sredine devetdesetih let sprejela kar nekaj pomembnih zakonov in drugih aktov za varstvo okolja in uresničevanje okoljske zavesti, med drugim so bili to Zakon o varstvu okolja (1993), Uredba o vnosu nevarnih snovi in gnojil v tla (1996), Konvencija o biološki raznovrstnosti (1996) in še mnogi drugi. Cilji kmetijske politike so bili tako že takrat usmerjeni v ohranjanje kmetijske zemlje, varstvo kmetijskih zemljišč in voda pred onesnaževanjem in nepremišljeno rabo (Erjavec in drugi 2001).

Po podatkih SJM 2000/2 več kot tretjina vprašanih kupuje sadje in zelenjavo, ki je vzgojena brez pesticidov in ostalih kemičnih sredstev (53,5 % vprašanih). Tovrstno sadje in zelenjavo se bolj kot moški (61,3 %) trudijo kupovati ženske (63,4 %), gledano modalitete vedno+pogosto+včasih. Iz 59,2 % na 66,8 % narašča število takih, ki se trudijo kupovati neoporečno sadje in zelenjavo, v starosti do 60 let. Starejši od 60 trdijo, da take izbire niti nimajo, mlajši od 30 pa, kljub večji izbiri, se ne trudijo izbrati brez kemičnih sredstev vzgojene hrane. V izobrazbeni strukturi prevladujejo pri večjem nakupu ekološko pridelanega sadja in zelenjave bolj izobraženi, to je 71,1 % predstavnikov višje in visoke izobrazbe (Kirn 2003, 31).

## 2.4 Trajnostni razvoj

Pojem trajnostne družbe sicer zgodovinsko gledano ni nov, doživlja pa večji pomen in popularnost po sprejetju Brundlandtovega poročila leta 1987 s strani Združenih narodov (Kirn 2004). Brundtlandova komisija je pojem trajnostnega razvoja opredelila preprosto in razumljivo: pomeni zadovoljevanje potreb sedanje generacije, ne da bi s tem ogrožali sposobnost prihodnjih generacij za zadovoljevanje njihovih potreb (WCED v Kos 2004). Trajnostni razvoj se dotika razporejanja materialnih in drugih dobrin med sedanje generacije, pa tudi nadaljevanje tega razporejanja v prihodnosti (Perenič 1994). Trajnostni razvoj naj bi predstavljal izhod iz ekološke/okoljske krize industrijske družbe, poleg tega pa se o njem govori tudi v znanosti, politiki, kmetijstvu, turizmu, podjetništvu in še kje (Kirn 2004).

»Civilizacije so se vzpostavile največ na račun naravnih virov. To pomeni, da je vsaka civilizacija dolžnik naravi, kateri je odtegnila stvari, ki jih je rabila, da se je oblikovala in razvijala. S tem, ko si je vsaka civilizacija prisvojila del prihodnosti, je sprejela nase resno hipoteko, ki jo bodo morali plačevati prihodnji rodovi« (Požarnik 1994).

Pri popularnosti pojma trajnostni razvoj kot pozitivne in optimistične vizije pa je potrebno vzeti v obzir tudi (najmanj) dve (precej očitni) nevarnosti: populistično motivirano zlorabo tega koncepta v različnih diskurzih (kot posledica konformnega sledenja modnemu, aktualnemu, npr. politiki) in pomanjkanje analitičnosti (in kritičnosti) pri najbolj dejavnih zagovornikih trajnostnega razvoja v smeri potrebe izoblikovanja konsenza za izvedbo trajnostnega razvoja (Kos 2004). Kritika koncepta trajnostnega razvoja je tudi v tem, da gre za ekološko reformiran kapitalizem in da gre pri trajnostnem razvoju bolj za ohranjanje razvoja kot pa narave same (Kirn 2004).

Trajnostna ekološka praksa ne more obstajati samo v enem delu (npr. če je trajnostno samo ribištvo, ne pa tudi celotno kmetijstvo, turizem itn., celotna družba še ni trajnostna), delovati mora globalno in celovito in prav tako ne more obstajati ob netrajnostnih vrednotah. Moderno intenzivno kmetijstvo je v veliki meri odvisno od rabe neobnovljivih virov, neobnovljivi viri pa se pri usmeritvi v trajnostni razvoj nadomeščajo z obnovljivimi. Raba obnovljivih virov (gozd, voda, živalske in rastlinske vrste itn.) bi lahko bila trajnostna le v tem, da njena raba ne bi presegala stopnje obnavljanja. Pogosto je prisotno mišljenje, da je rešitev v nadomeščanju s trajnostnimi poljedelskimi praksami, ki bodo ohranjale določeno kakovost, ne pa odvisnost od pesticidov, herbicidov, fungicidov (Kirn 2004). Uporaba pesticidov povzroča kopičenje nevarnih snovi v naravi, kljub temu, da na kratek rok da večji pridelek. Dolgoročno pa je uporaba pesticidov zagotovo škodljiva, saj se zmanjšuje moč biološke borbe proti škodljivcem (Tarman 1994). Intenzivno kmetijstvo, ki uporablja ogromno količino pesticidov (zaradi večje učinkovitosti vsebujejo anorganske (živo srebro) in organske snovi) in anorganskih gnojil, povzroča kopičenje vseh teh snovi v zemlji. Preko izpiranja do podtalnice se te snovi slej ko prej vrnejo k človeku (Perenič 1994). Poleg onesnaževanja je izhodiščni problem okolja in zdravja ljudi torej proces kemizacije, saj je v vsakdanji rabi več kot 70.000 raznih kemičnih spojin, ki bi jih bilo potrebno nadomestiti z nenevarnimi snovmi (Lah 1994).

Trajnostni razvoj pomeni vzdrževanje in obnavljanje zalog bioloških virov na dolgi rok, možna je tudi rast za določen čas, dokler ni dosežen nek cilj ali izrabljen nek obnovljiv vir. Za razvoj trajnostne družbe so torej pomembna specifična tehnična, znanstvena in podjetniška znanja, vendar vse to ni dovolj, če ni pravega ekonomskega, gospodarskega in političnega okvira (Kirn 2004).

Ekološki in ekonomski pristop ter etična odgovornost do prihodnjih rodov nas opozarjata, da je spoštljiv odnos do narave možno doseči le z uporabo obnovljivih virov energije, z recikliranjem, z izdelki, ki za svojo izdelavo in uporabo ne porabijo veliko surovin, s kmetijstvom, ki ne uničuje zemlje itn. (Požarnik 1994).

Eden izmed projektov, ki je že v zgodnjih devetdesetih letih prejšnjega stoletja temeljil na načelih trajnostnega razvoja v Sloveniji, je bil program CRPOV (Celostni razvoj podeželja in obnova vasi v Sloveniji), saj je vključeval vrsto ukrepov za izboljšanje kakovosti zemljišč in krajine (Erjavec in drugi 2001).

Trajnostni razvoj se povezuje tudi z rastočo družbo **storitev**. Znotraj tega bi izpostavila en pomemben vidik za pričujoče diplomsko delo, in sicer transport. Storitve, ki so povezane s transportom (in skladiščenjem) hrane, porabijo skoraj toliko energije kot neposredna proizvodnja hrane. Kot take so torej storitve lahko precej obremenjujoče za okolje (Kirn 2004).

## 2.5 Ekološka/okoljska etika

V okviru ekološke/okoljske etike poznamo dve vrsti odnosov: neposreden etičen odnos človeka do različnih oblik življenja (rastlin, živali, itn. ) ter posreden etičen odnos do drugih prek njihovih odnosov do življenja in do njegovih naravnih pogojev. Ekološka/okoljska etika je vpeta v širši kontekst odnosov med družbo in naravo, prav tako je posledica zgodovinskega procesa osmišljanja vrednosti znanosti in tehnologije. Velik vpliv na razvoj ekološke/okoljske etike je imel tudi človekov neetičen odnos do živali, ki se je pojavil že v 18. stoletju. Ekološka/okoljska etika naj bi bila rezultat zavedanja peročih ekoloških/okoljskih problemov in človekovega problematičnega ravnanja do okolja. Prehod k ekološko-trajnostno naravnani družbi ni možen brez spremembe vrednot, brez presoje o tem, ali ravnamo dobro ali slabo, sprejemljivo ali nesprejemljivo (Kirn 2004, 155–159).

Na podlagi interpretacije podatkov iz SJM 2000/2 in vzporedne primerjave na nekaterih mestih s SJM 1993/2, 1997/1 in 1997/3, ugotavlja Kirn, da se obstoječa ekološka zavest širi od človeka tudi na rastline in živali oz. na naravo nasploh. Danes ekološka etika utemeljuje varovanje narave zaradi koristi ali nevarnosti za človeka, torej pragmatično in antropocentrično.

Instrumentalna in tudi intrizična ekološka drža (notranje kontrolirana) pripisuje vrednost naravi ne glede na človekovo korist (Kirn 2003).

Za ekološko zavest so na podlagi slovenskega javnega mnenja značilna tri stanja: a) izrazita prevlada vrednotne ekološke drže, b) skoraj simetrično ravnovesje med ekološko in neekološko držo in c) redko prevlada neekološke drže, v odgovorih pa je najti tudi tri tipe razkorakov, in sicer prvi, kjer se kljub visoki pripadnosti prookoljskim stališčem prisega na pragmatično delovanje, drugi, kjer so se anketiranci deklarirali za ekološke vrednote in hkrati za manjšo motiviranost glede ekološkega obnašanja in tretji razkorak, ki se kaže v visoki okoljski ozaveščenosti in nizkem dejanskem okoljskem ravnanju (Kirn 2003, 34).

## 2.6 Globalizacija

V literaturi sta opredeljeni dve ravni globalizacije, in sicer praktična (ki se kaže na področju enotnega urejanja zakonodaje, v politiki, ekonomiji itn.) ter pojmovno-vrednotna (kot globalna misel, globalne vrednote večine človeštva). Globalizacija se po Kirnu razume skozi različne vidike:

- a) »Kot možnost vzpostavljanja hitrih komunikacij s svetom;
- b) kot dostopnost do najrazličnejših proizvodov človekovega dela, ne glede na kraj, kjer so nastali;
- c) kot rastoči globalni vzajemni vpliv človekovih aktivnosti z majhnim ali skoraj nikakršnim časovnim zamikom; sočasnost je vse intenzivnejša; čas dobi prevlado nad prostorom, ker je potrebno vse manj časa, da se premagujejo prostorske razdalje;
- d) nova faza preoblikovanja lokalne, regionalne, nacionalne zgodovine v svetovno v tem smislu, da se nacionalne zgodovine vse bolj povezujejo in součinkujejo;
- e) kot nastajanje globalnih problemov človeštva: okoljskih, socialnih, ekonomskih, političnih, tehničnih, ki jih je treba reševati z mednarodnimi institucijami, zakonodajo, režimi;
- f) kot oblikovanje globalne razsežnosti individualne zavesti, nastajanje globalnega, svetovnega etosa, globalnih vrednot, univerzalnih človekovih pravic, občutka globalne odgovornosti in dolžnosti« (Kirn 2004, 211–212).

V diplomskem delu nas najbolj zanima globalizacija ekološke/okoljske zavesti. Misli globalno, deluj lokalno, je nekako že znan rek, ki se je ustvaril v zadnjih dveh desetletjih in temu pritrjuje tudi literatura. Sodobna ekološka zavest je pomemben dejavnik globalnega razmišljanja, ki pa

se zelo razlikuje od ekonomskega globalnega razmišljanja, njuni interesi so različni (Kirn 2004). Ekonomija zagovarja stališče, da je napredek možen ob vedno večji gospodarski specializaciji. Obratno pa se krepi samooskrba in s tem manjša odvisnost posameznika, gospodinjstva, krajevne skupnosti itn. od države (Požarnik 1994). Globalizacija ekološke zavesti pomeni zavedanje planeta kot naravnega temelja za ohranjanje biotske raznolikosti, raznolikosti ekosistemov, raznolikosti človeških skupnosti in kultur (Kirn 2004). Razlika z ekonomsko globalizacijo je več kot očitna. »Globalna ekonomska zavest dojema svet kot homogen prostor, ki je svobodno dostopen, in si ga prilašča po mili volji, kot da tukaj ni nobenih različnih okolij, skupnosti, narodov« (Sachs v Kirn 2004).

Spoznanja globalne ekološke zavesti ustvarjajo tudi novega potrošnika oz. drugačno zavest in obnašanje v glavah potrošnikov. Ekološka globalna spoznanja so namreč odkrila iste posledice različnih človekovih dejanj, navad, razvad in s tem se razvija potrošnikov smisel za zadovoljevanje želja in potreb (Kirn 2004).

## 2.7 Sonaravno

Kljub temu, da so hranila (dušik, fosfor, kalij) bistvenega pomena za uspešno kmetijsko pridelavo in njeno produktivnost, pa njihovo kopičenje predstavlja nevarnost za neoporečnost voda in zraka in ima lahko znaten učinek na nastanek tople grede (Erjavec in drugi 2001, 75).

Sonaravno gospodarjenje pusti bivajočemu biti in ga ne sili v nove strukture. »Sonaravne tehnologije so možne z ekologizacijo znanosti, tehnologije, produkcije, potrošnje in celotnega načina življenja« (Kirn 2004). Sonaravno kmetovanje je trajnostno produktivno, kot alternativa visoko kemiziranemu kmetijstvu ali uporabi genske tehnologije, nima pa visoke produktivne vrednosti na kratek rok. Tudi spreminjanje prehranjevalnih navad in nove potrošniške prakse gredo na roko ekološkemu kmetovanju, česar pa kmetijska in okoljska politika še vedno ne spodbujata dovolj (Kirn 2004). Danes predstavljajo ekološko usmerjene kmetije v Sloveniji 4,7% delež vseh kmetij, kar je še vedno zelo malo, sploh pa ne dovolj za samooskrbo (Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano 2016).

Že od samega začetka je ekološko kmetovanje zavračalo uporabo na kemiji osnovanih tehnik konvencionalnega kmetijstva (Niggli v Thøgersen 2010). To ga je seveda postavilo v opozicijo

prevladujočim industrijskim načelom proizvodnje hrane, ki temeljijo na tehnološkem razvoju in omogočajo boljši dobiček in večjo količino hrane (Padel in Lampki v Thøgersen 2010).

V Sloveniji kmetijstvo sicer ni glavni onesnaževalec okolja, veliko večja sta industrija in nepravilno ločevanje odpadkov, kljub temu pa se konvencionalno kmetijstvo sooča z določenimi okoljskimi tveganji. Na ravninskih območjih z intenzivnim poljedelstvom in intenzivno obliko določenih živilorejskih panog (prašičjereja, perutninarstvo) uporaba gnojil in pesticidov onesnažuje podtalnico in zemljo (Erjavec in drugi 2001).

Pri reševanju okoljskih problemov oz. v okviru diskurza okoljske zavesti se je v družboslovju že konec 18. stoletja začel oblikovati trikotnik **znanost – javnost – politika**. Ta trikotnik obravnava probleme z dvema značilnostma: prvič, vprašanja so lahko zastavljena znanstveno, a nanje (vsaj začasno) ni možno enoznačno odgovoriti v skladu z obstoječimi znanstvenimi standardi, in drugič, ne gre za probleme, ki bi bili zanimivi samo za znanost, ampak tudi za ostala področja (zdravstveni, ekološki/okoljski interesi itn.). Eno izmed prepričanj, ki se pojavlja v tem razkoraku med različnimi javnostmi, je mnenje nekaterih genskih strokovnjakov, da je gensko spremenjena hrana varna, ker je metoda vnosa gena zelo natančna, če jo primerjamo s klasično metodo žlahtnjenja rastlin. Tako naj bi bilo možno predvideti vse možne posledice izražanja gena v novem kontekstu (Kirn 2004).

V moderni družbi, ki je razvojno in inovativno naravnana, in je kot taka postala tudi **družba tveganja** (Beck v Kirn 2004), je postalo eno večjih tveganj, o katerem teče beseda, ravno tveganje **genske tehnologije**. Kljub temu, da genski tehnologi zatrjujejo, da to, kar počenjajo, narava sama počenja že tisočletja, te teze ni možno sprejeti, saj so človekove umetne kombinacije različne od tistih v biološki, naravni evoluciji. Genska tehnologija je razvojno gledano nova stopnja v izsiljevanju narave za človekove potrebe in cilje. Ocenjuje se, da naj bi bilo to najhitreje razvijajoče se ekonomsko področje, kjer so še posebej na področju kmetijstva, živiloreje, farmacije in medicine možni visoki dobički. Nekaj prednosti oz. koristi, ki jih poudarjajo zagovorniki genske tehnologije: nova zdravila, zmanjšana lakota, bolj odporne rastline in manjša potreba po kemični zaščiti le-teh, preventivno zdravljenje gensko pogojenih bolezni itn (Kirn 2004).

Človek nenehno išče možnosti za povečanje količine hrane in genetske raziskave so selekcionirale rastline, ki dajo boljši pridelek. Ker prebivalstvo narašča, se prizadevanja za

povečanje proizvodnje hrane ne ozirajo na negativne posledice (vsebnost pesticidov, povečana količina mineralnih snovi, onesnaženost, znatna poraba energije itn.). Površine z intenzivnim kmetijstvom so preobremenjene, vzgajajo pa se povečini monokulture za prehrano živali in ne toliko za prehrano ljudi (Perenič 1994).

Po podatkih slovenskega javnega mnenja je 67,7 % vprašanih mislilo, da je spreminjanje genetske sestave pridelkov nevarno. Bolj kot ženske (63,2 %) so o nevarnosti takšnega početja prepričani moški (73,1 %), ugotovljeno pa je bilo tudi, da z izobrazbo narašča število tistih, ki mislijo, da je genetsko spreminjanje pridelkov nevarno. Nevarnost v genetskem spreminjanju vidi tudi več nevernih (70,8 %) kot vernih (61,8 %), očitno so verujoči postali manj občutljivi za ekološka tveganja kot neverujoči (SJM 2000/2 v Kirn 2004, 256).

### 3 PREHRANJEVALNE NAVADE

Na začetku razprave o prehranjevalnih navadah? nas zanima, kakšne prehranjevalne navade sploh obstajajo med ljudmi. Zagotovo so eden od odločilnih dejavnikov pri nakupnih odločitvah hrane, poleg ekonomskih, družbenih, političnih in še kakšnih dejavnikov, ki se jih bomo, nekaterih, tudi dotaknili v nadaljevanju tega dela.

Prehranjevanje je ključnega pomena za naše preživetje, daje nam vir energije, proteinov, vitaminov in mineralov; človekova evolucija je tesno povezana z načini hranjenja (Boyle in ostali 1984).

Vsi se zavedamo, da je hrana naša osnovna potreba, saj če je ni, hitro nastopi bolezen in posledično smrt. Ker ena skrajnost rojeva drugo skrajnost, pridemo pri prevelikem izobilju hrane lahko spet do enakih posledic. Niso pa samo tako izrazite skrajnosti vzvod za morebitne bolezni ali slabo počutje. Trendi v zadnjih časih kažejo, da se vedno več ukvarjamo tudi s tem, kako je hrana pridelana, kakšnega okusa je, kako je začinjena; z vsemi temi pristopi hrana ni več samo osnovna potreba za življenje, ampak postaja predmet mnogih razprav, polemik, prepričanj, postaja sekundarna potreba.

Izbira je danes ogromna, potrošnik težko sledi vsem že obstoječim izdelkom, kaj šele novostim. V poplavi informacij, ki jih je deležen bodisi skozi oglaševanje v množičnih medijih bodisi

skozi samo označevanje hrane na trgovskih policah, se hitro izgubi, ob nepozornem spremljanju prava, iskrena informacija morda težko pride do njega.

Prehranjevalne navade bomo analizirali s pomočjo teorije, ki jo bomo poskušali vsakič premisliti tudi v smislu ekološko pridelane hrane in njene potrošnje.

Prehranjevalne navade so načini prehranjevanja posameznika ali družbe, značilni za določen kulturni kontekst. Pomenijo izbor in količino živil, delež določenih živil v prehranjevalnem procesu, način priprave ter pogostost uživanja obrokov znotraj celega dneva. Na prehranjevalne navade vpliva več dejavnikov: socialne, ekonomske, etnične in kulturne danosti okolja, izobraženost, cena in dostopnost hrane (Gabrijelčič Blenkuš in drugi 2009).

Veda o vsem, kar se nanaša na človeka s stališča njegove prehrane, se imenuje **gastronomija**. Gastronomija vodi pridelovalce, predelovalce, kuharje in jedce, pri čemer se opira na naravoslovje, fiziko, kemijo, umetnost kuhanja, trgovsko umetnost ter politično ekonomijo (Brillat-Savarin 2005).

Na prehranjevalne navade vplivajo prirojeni (biološki) dejavniki in dejavniki okolja, med njimi pa je dokaj težko potegniti jasno črto. Gledano na ravni posameznika ločujemo tri večje skupine dejavnikov: a) **vpliv čutil** (zaznava okusov, vonja, arome, sestave in videza živila), b) **vpliv poznavanja**, ki je lahko zunanji (oglaševanje, prehranska ozaveščenost, prepričanje posameznika) in socialni (socializacija v družini, informacije, ki jih posameznik dobi od prijateljev, iz medijev, od zdravstvenega osebja ali vladnih organizacij) ter c) **kulturni vpliv**, ki zajema tradicijo družbe, v kateri je odraščal in živi posameznik, religijo in regionalne posebnosti kuhinj (Gabrijelčič Blenkuš in drugi 2009).

### 3.1 Hrana in prehranjevanje v teoriji

Pri pregledu teorije se je, po besedah Tivadarjeve, potrebno opreti tako na sociološke kot na antropološke pristope preučevanja hrane in prehranjevanja. Tako pridemo do treh pomembnejših pristopov: funkcionalizem, strukturalizem in razvojno – zgodovinski pristop, katerim Tivadarjeva dodaja se pomemben sociološki prispevek ženskih študij (Tivadar 1998).



### 3.1.1 Funkcionalizem

V okviru funkcionalizma, ki sicer danes spada med zastarele pristope v sociologiji, si lahko zastavimo 3 vprašanja:

- kako so organizirani proizvodni, razdeljevalni in potrošni prehranski podsistemi in kako prispevajo k obstoju in obnavljanju družbenega sistema?
- Katere socialne funkcije opravljata razdeljevanje in potrošnja hrane? Kako se, denimo, v uveljavljenih načinih razdeljevanja in potrošnje hrane izražajo in krepijo socialni odnosi, od katerih je odvisna stabilnost celotnega družbenega sistema?
- Ali so v prehranskih sistemih prisotni disfunkcionalni pojavi? Kako nastajajo in kakšne so njihove posledice za družbeni sistem? V okviru teh vprašanj lahko, denimo, analiziramo jedilne navade prebivalk in prebivalcev, ki škodijo njihovemu zdravstvenemu stanju, ali pa dejavnike, ki prispevajo k nastanku strahov in preplahov v zvezi s hrano (Beardsworth in Keil v Tivadar 1998).

Odnos kupcev do hrane ni enak odnosu do nakupov drugih izdelkov. Pri nakupu hrane kupci od nje pričakujejo določene funkcije, iščejo določene lastnosti. Šest glavnih lastnosti oz. prednosti vidijo kupci v kakovosti, hranilnih vrednostih, ceni, priložnosti, zdravju in videzu (Kulovec 2002).

Če se vrnemo k prvemu vprašanju: ali lahko težnja po ekološko pridelani hrani kakorkoli vpliva na obstoj in obnavljanje družbenega sistema? Glede na glavni smoter ekološko pridelane hrane, torej ohranjanje in neuničevanje okolja in posledično človeka, temu lahko pritrdimo. Namreč, z razvojem tehnologije so se, pri pridelovanju hrane, emisije v okolje zelo povečale in takšen trend naravi v prihodnje vsekakor ne bo prizanesel. Nespametno ravnanje z naravo pa lahko pripelje tudi do uničujočih posledic za družbo. Spomnimo se primera iz zgodovine – Velikonočni otok – ko so posekali zadnje drevo, je sčasoma na tem otoku izumrl tudi človek.

Na drugo vprašanje funkcionalisti odgovarjajo s tezo, da prehranske prakse krepijo spolne razlike, ki so funkcionalne za sistem in ki tvorijo temelje za konvencionalno nuklearno družino. Tudi mi lahko izpeljemo misel, kot odgovor na to vprašanje, in sicer, domnevalo bi se lahko, da razdeljevanje in potrošnja ekološko pridelane hrane lahko vpliva tudi na socialne razlike med ljudmi, saj si je vsi ne morejo privoščiti. Za družbeni sistem bi takšna posledica seveda lahko pomenila neenakopravne možnosti med ljudmi po trošenju tovrstne hrane.

Pri tretjem vprašanju se lahko najdlje ustavimo, sploh kar se tiče nastanka strahu in preplahov v zvezi s hrano. Če je ekološko pridelana hrana bolj zdrava za človeka in bolj prijazna naravi, potem kot antipod velja, da vsa ostala hrana ni zdrava in škoduje naravi. Uporaba ogromnih količin pesticidov, mineralnih gnojil, fosilnih goriv, težke mehanizacije in gensko spremenjena hrana so prav gotovo prispevali k nastanku določenih strahov glede prehranjevanja. Kljub temu, da naj bi tovrstni ukrepi nahranili ogromno ljudi, njihovo poslanstvo ostaja nekako neizpolnjeno; lakota je v mnogih predelih planeta še vedno neizmerno visoka, narava pa vedno bolj uničena. Seveda pa pretiravanje z »zdravo« hrano lahko postane tudi obsedenost, pretiran strah pred »nezdravo« hrano lahko povzroči, da v iskanju zdravih izdelkov le-te tudi spregledamo. Če apliciramo na naš problem – v iskanju ekološko pridelane hrane lahko »pademo« že na navadnih oznakah oglaševalcev, ki skušajo ustvariti vtis ekološkosti. Možen strah, ki lahko nastane, je tudi ta, da ni zdravo, če ni ekološko. Vendar o tem več v nadaljevanju tega dela.

Glede na to, da funkcionalizem kot nauk favorizira predvsem pozitivne vidike, zanemarja pa negativne, se bomo o pomenih prehranjevanja na splošno in prehranjevanja z ekološko pridelano hrano na tem mestu prenehali ukvarjati z njim, saj lahko znotraj prehranjevalnih vzorcev najdemo tako pozitivne kot negativne vidike.

### 3.1.2 Strukturalizem

Strukturalistični pristop k prehranjevanju je utemeljil predvsem kulturno oblikovanost in družbeno nadzorovanost okusa (Mennell v Tivadar 1998). Opozoril je tudi na ritualizirano naravo vsakdanjega življenja in pojasnil težavnost uvajanja sprememb v vsakdanje jedilnike (Lupton v Tivadar 1998).

V okviru strukturalizma so delovali različni avtorji. **Claude Lévi-Strauss** je bil začetnik strukturalističnega preučevanja prehranskih praks in je trdil, da je kuhinja neke družbe njena govorica, v kateri družba nezavedno izraža svoje strukture in v kateri lahko odkrijemo skrita družbena nasprotja. Sistem kuhinje je primerjal s sistemom jezika, kjer se konstitutivni elementi združujejo v stabilne strukture nasprotij in povezav (Lévi-Strauss v Tivadar 1998). Tak proces poznamo že iz narave in sestave vsega okoli nas: atomi, kot najmanjši in osnovni delci se povezujejo v večje celote. Lévi-Strauss primerja različne kuhinje s parnimi nasprotji. Recimo

za primerjavo francoske in kitajske kuhinje bi lahko vpeljali parno nasprotje sladko/kislo. V francoski kuhinji se ta dva okusa izključujeta, ne morejo biti prisotna vsa nasprotja hkrati, v kitajski kuhinji pa je hkratna prisotnost nasprotij možna (Lévi-Strauss v Tivadar 1998).

Temu Lévi-Straussovemu modelu se, kakor nasploh strukturalizmu, očita statičnost. Kuhinjo obravnava s pomočjo enkratnega sinhronnega reza; slojevske razlike mu niso mar, ne zdi se mu potrebno opredeliti časovnega obdobja, v katerega sodi kuhinja, ki jo preučuje, ali razmišljati o zgodovinskih pogojih, ki so pripeljali do njenega nastanka (Godina Golija in Goody v Tivadar 1998). Po drugi strani pa obstaja njegova razprava o *Kulinaričnem trikotniku*, ki je veliko bolj priznana. V njej obravnava temeljne tehnike priprave hrane, ki jih ponazori z enakostraničnim trikotnikom, katerega oglišča so tri temeljna stanja hrane: pripravljeno, surovo in gnilo. V procesih priprave hrane se narava spreminja v kulturo, zato je pripravljena hrana kulturno preoblikovanje surovega, gnila pa naravno preoblikovanje obojega (Lévi-Strauss v Tivadar 1998). Pomembno je, da Lévi-Strauss samih stanj hrane še ne šteje za glavne značilnosti neke družbe. Pravi, da lahko njene značilnosti prepoznamo le z neposrednim raziskovanjem, ko ugotovimo, kaj neka družba pojmuje kot surovo, gnilo ali pripravljeno (Lévi-Strauss v Tivadar 1998). Če apliciramo to teorijo na našo ekološko pridelano hrano, temu ne bi smelo biti tako, saj so standardi, da dobi neka hrano »eko« oznako, zelo strogi in ne omogočajo različnih mnenj. Ker pa se na trgu pojavlja veliko ponaredkov oz. izdelkov, ki želijo vzbujati vtis »ekološkosti«, se različna mnenja seveda lahko pojavljajo tudi pri teh izdelkih.

Lévi-Strauss nadaljuje svojo razpravo tako, da kulinaričnemu trikotniku doda še trikotnik temeljnih receptov oz. kuharskih tehnik, kajti v vsaki kuhinji se hrano pripravi po natančno določenem postopku. Na začetku loči tri kuharske tehnike: pečenje, kuhanje in dimljenje, ki jim kasneje doda še pečenje na žaru, pečenje v pečici, kuhanje v sopari, dušenje in cvrenje. Potem, ko iz trikotnika zgradi piramido, opusti misel na geometrijske like in se odloči za mrežo. V model doda še razlikovanje med živili živalskega in rastlinskega izvora, med žiti in stročnicami ter med začinjanimi in nezačinjenimi jedmi. V iskanju najboljšega načina za vključitev vseh kuharskih tehnik v mrežo na koncu doda še druga sociološka, ekonomska, estetska in religiozna nasprotja (Lévi-Strauss v Tivadar 1998).

Ko Goody kritizira Lévi-Straussa, pravi, da ravnamo narobe, če se pri analizi kuhinje neke družbe omejimo zgolj na prakse, ki so s kuhinjo neposredno povezane, ne upoštevamo pa drugih pomembnih povezav med kuhinjo in npr. družinskim ali ekonomskim sistemom. Z neupoštevanjem vseh zvez smo lahko ob bistveno razsežnost (Goody v Tivadar 1998).

Recimo, če nekdo ne kupi ekološko pridelane hrane še ne pomeni nujno tudi, da je neodobrava, morda si je nekateri ljudje samo privoščiti ne morejo ali nimajo priložnosti in prostora, da bi si jo sami pridelali.

Razvoj se je nadaljeval z **Mary Douglas**, ki je zaslovela z idejo, da lahko hrano razumemo kot sporočilo (kod). Sporočila, ki jih prenaša, so sporočila o družabnih dogodkih in socialnih odnosih hierarhije, vključevanju, izključevanju, razmejevanju in prestopanju meja. S pomočjo hrane se torej vzpostavlja, kaže in obnavlja sistem socialnih razdalj in meja (Tivadar 1998). Analizirala je temeljno idejo lingvистa Michaela Hallidaya in z njegovo pomočjo analizirala prehranske navade v svoji družini s pomočjo petih prehranskih kategorij: dnevni jedilnik, jedilni obrok, jed oz. sklop jedi, porcija in grizljaj (Beardsworth v Tivadar 1998). Glavne značilnosti obrokov njene družine seveda ne gre posploševati, je pa njeno misel lepo zaokrožil Michael Nicod, s tem ko je rekel, da družine začrtajo svoje meje s hrano, vendar vsaka to stori na svoj način in z različnimi skupinami živil (Beardsworth in Keil v Tivadar 1998). To je pomembna ugotovitev tudi za naše področje, ki je zelo specifično na področju prehranjevanja in kljub porastu v svetu še vedno nima vstopa v določene družine, ki so zaradi tradicionalne vzgoje prepričane, da gre samo za nek trenuten trend.

Nadaljujemo z **Rolandom Barthesom**, za katerega posamezna živila niso samo objekti, ki so zelo uporabni in s katerimi je mogoče upravljati, ampak tudi informacije; meni, da živila povzemajo in komunicirajo situacije. Trdi, da je v hrani prisoten in z njo označen ves socialni svet (Barthes v Tivadar 1998). Prav tako Barthes tudi meni, da hrana označuje vse več področij vsakdanjega življenja, medtem ko so bili v preteklosti z njo zaznamovani le svečani dogodki (Barthes v Tivadar 1998). Ekološko pridelana hrana potemtakem zagotovo sporoča nekaj več, kot je potešitev lakote, njena filozofija leži tudi v širšem odnosu do ljudi in okolja, nanaša se na mnogo področij našega življenja. Imamo že ogromno zakonodaje in predpisov na to temo, dokazujejo se vplivi na okolje in človekovo zdravje, v medijskem diskurzu je to vedno pogostejša tema, zelo radi pa jo uporabljajo v svojih komunikacijskih sporočilih tudi oglaševalci, upravičeno – ali pa tudi ne.

Po besedah Tivadarjeve pa se danes, kljub vsem simbolnim pomenom hrane, vse bolj ukvarjamo tudi z njeno materialno sestavo, predvsem na račun domnevno velikih zdravstvenih tveganj, ki jih ima lahko njeno uživanje (Tivadar 1998). Z odmikom človeka od narave ter povečano industrijsko in masovno pridelavo hrane je ta skrb vedno večja. Izobraženost

potrošnika in njegova pripravljenost vsaj prebrati, kaj piše na živilu, ki ga kupuje, je zato velikega pomena.

Potrošnjo ekološko pridelane hrane bi po **Pierru Bourdieuju** morda lahko povezovali tudi z določenim življenjskim stilom. Po njegovem je življenjski stil urejena in povezana zbirka praks, ki so sistematično različne od praks nekega drugega življenjskega stila. Določen je z razmerjem med dvema vrstama socialnih sposobnosti: sposobnosti ocenjevanja lastnega okusa in okusov drugih ljudi ter sposobnosti za njegovo uresničitev oz. opredmetenje v vsakdanjem življenju (Bourdieu v Tivadar 1998). Posameznikov/-čin slog oblačenja, glasba, ki jo posluša, vedenje pri mizi, hrana, ki jo jé, itn. kažejo njegov/njen položaj v družbeni strukturi – razredno in spolno pripadnost, etničnost, starost in mu/ji služijo za konstrukcijo osebne in socialne identitete (Lupton v Tivadar 1998). Sklepamo lahko, da je posameznikov/-čin stil določen tudi glede na to, kakšen odnos ima do ekološko pripravljene hrane, s čimer si gradi svojo identiteto.

Pri zadnjem teoretiku, ki še spada pod strukturalizem in ga hkrati tudi že presega, pridemo do **Clauda Fischlerja**, ki govori o »vsejedčevem paradoksu«, iz katerega naj bi izhajala »vsejedčeva anksioznost«. Vsejedčev paradoks je v napetosti med željo po preskušanju novega in strahu pred tem. Človek se mora pri prehranjevanju nenehno odločati med znanim in neznanim, enoličnostjo in spremembami, **varnostjo in nevarnostjo**. Človek namreč lahko zadosti želji in potrebi po spremembah v vnaprej postavljenem okviru, ki ga varuje pred najbolj tveganimi odločitvami (Fischler v Tivadar 1998).

Fischler ugotavlja, da se moderna družba razvija v smer, ki krepi vsejedčevo anksioznost, namesto da bi jo vsaj obvarovala. Zahod je v prehranski krizi, ki se izraža v rastočem nezaupanju v izdelke živilske industrije ter v krizah osebne in socialne identitete. Moderni ekosistemi so hiperspecializirani, saj so npr. cele pokrajine namenjene gojenju ene same kulture. Industrializacija kmetijstva in industrializirana proizvodnja hrane povzročata splošno neprepoznavnost hrane. Živilska industrija je razvila številne umetne okuse, vonje, barve ter nadomestke sladkorja in živalskih maščob, ki lahko preslepijo čute večine potrošnikov. Hrano se vse bolj dematerializira: s predelavo, zavijanjem in pakiranjem se ji jemlje senzorične lastnosti in se jo spreminja v videz in znak (Fischler v Tivadar 1998).

Težava v iskanju identitete se kaže tudi v tem, da velikokrat ne vemo, kaj jemo, saj prihaja hrana iz vsega sveta. In če ne vemo, kaj jemo, tudi ne vemo, kdo smo (Fischler v Tivadar 1998)

oz. kot je izjavil znani francoski mislec, »povej mi, kaj ješ, povedal ti bom, kdo si (Brillat-Savarin 2005, 11). Po Fischlerjevem mnenju je zato vse večje povpraševanje po naravnih izdelkih odziv na velike težave, ki jih imamo s prepoznavanjem hrane (Fischler v Tivadar 1998). Ob veliki izbiri, ki jo imamo danes v trgovinah, je zato označevanje hrane za potrošnika ključnega pomena. Težava je, da se na lepih in privlačnih embalažah velikokrat pojavljajo izrazi, kot so »zdravo«, »naravno«, »vitalno«, »iz starega mlina« itd., na žalost pa kaj več podatkov o samem izdelku ne embalaži ne dobimo. Ker torej velikokrat ne vemo, od kod je prišla hrana, ki je na naših policah, postajajo informacije na izdelkih vedno bolj iskane. Pri ekološko pridelani hrani, ki naj bi bila najbolj zdrava, so razviti visoki standardi označevanja, do katerih ni lahko priti in to dejstvo najbrž med ljudmi pušča tudi večje zaupanje. Seveda pa se lahko vprašamo, ali je danes sploh možno, na tem našem tako globoko onesnaženem planetu, pridelati res zdravo hrano.

### 3.1.3 Razvojno-zgodovinski pristopi

Razvojno-zgodovinski pristopi so materializirali hrano in prehranjevanje ter ju postavili v zgodovinski, nekateri pa tudi v evolucijski kontekst. S tem so zapolnili vrzeli v razumevanju prehranskih praks, ki jih je spregledal strukturalizem. Zagovorniki razvojno-zgodovinskih pristopov in strukturalisti se strinjajo vsaj v treh točkah: a) simbolni pomeni hrane vplivajo na oblikovanje in nadzorovanje človeškega vedenja b) kategorije užitnega in neužitnega so kulturno utemeljene c) Lévi-Strauss je v kuhanju odkril pomembno **zvezo med naravo in kulturo** (Tivadar 1998).

Pomemben vpliv na prehranjevanje je imelo odkritje ognja, saj je človek lahko začel uporabljati nove prehranske vire, predvsem take, ki so surove neužitne. Nadzor nad ognjem in kuhanje pa sta imela tudi družbene posledice, saj se je spremenila organizacija časa, delitev dela, prenašanje znanj in sodelovanje med člani/-cami skupine (Goudsbloom v Tivadar 1998).

Svoj prispevek k razumevanju prehranjevanja so prispevala tudi biološka dognanja. Leonard in Paterson (v Tivadar 1998) menita, da je razlog za bogatejšo prehrano ljudi v velikosti njihovih možganov. Človeški možgani so razmeroma večji kot možgani drugih primatov, zato naj bi imeli ljudje večje energetske potrebe. Avtorja sicer ne trdita, da so prehranski dejavniki neposredno vplivali na razvoj človeških možganov, vendar implicitno sklepata, da je bila

### **kakovostnejša hrana pogoj za ohranjanje evolucijskega trenda k večjim in zmogljivejšim možganom.**

Dotakniti se moramo tudi prehranskih prepovedi, saj je tudi ekološko pridelana hrana lahko vir določenih prepovedi. Po Harrisu (1985, v Tivadar 1998) izvirajo vse prehranske prepovedi iz ekoloških, dietetskih ali denarnih razlogov; simbolni pomen jim je dodan pozneje. Ljudje jedo tisto hrano, pri kateri je razmerje med stroški in koristmi najugodnejše. Nekatera živila so zelo hranilna, vendar jih ljudje zavračajo, ker njihova pridelava zahteva preveč časa in truda, ali zato, **ker bi imela škodljive učinke na zemljo, živali ali rastline**. Po avtorjevem mnenju lahko večino razlik med kuhinjami pripišemo ekološkim oviram in priložnostim, ki jih pogojujejo geografske razmere. Najbolj mesojede kuhinje tako najdemo na področjih, ki niso primerna za pridelavo dovolj velike količine rastlin. Rastlinojede kuhinje so na gosto poseljenih območjih, kjer naravno okolje in tehnologija za proizvodnjo hrane ne moreta zagotavljati prireje živali brez velikih izgub beljakovin in energije na račun ljudi. V modernih razmerah je po Harrisovem mnenju za uživanje navadno dobra tista hrana, ki se jo spleča prodajati, ne glede na hranilne vrednosti.

#### 3.1.4 Ženske študije

Začetnica pisanja o prehranskih praksah z vidika žensk je bila v osemdesetih Anne Murcott, sledile pa so ji še druge raziskovalke. Njihove študije ugotavljajo predvsem troje:

- 1) nakupovanje in kuha sta ženski deli. Pri tem morajo ženske izpolniti tri zahteve: hrano morajo pripravljati v okviru gmotnih možnosti družine, pri kuhanju upoštevati želje družinskih članov, zlasti želje svojega partnerja, ter skrbeti, da bo njihova družina jedla čim bolj zdravo hrano.
- 2) Druga pomembna ugotovitev je, da ljudje gojijo prepričanja o moški in ženski hrani, tako glede količine kot tudi kakovosti in vrste jedi oz. pijač. Pri tem se kažejo štiri značilnosti: a) moški jedo več kot ženske b) moški pojedjo veliko več mesa kot ženske, ženske pa jedo več t. i. zdrave hrane – zelenjave in sadja, vendar tudi več slaščic c) moški popijejo več alkohola kot ženske in d) v slabih gmotnih razmerah se ženske odrekajo hrani v dobro partnerjev in otrok.
- 3) Tretja skupna ugotovitev študij pa je, da so shujševalne diete in motnje hranjenja v domeni žensk (Caplan v Tivadar 1998, 35–36). »Prava mera oblin, ne preveč, ne premalo, je za ženske življenjsko prizadevanje (Brillat-Savarin 2005, 114)«

Ker velja ekološko pridelana hrana za bolj zdravo, bi lahko na podlagi gornjih socioloških študij pomislili, da so morda k porabi tovrstne hrane bolj nagnjene ženske, saj se bolj zavedajo pomena zdravega. Temu v prid govori tudi raziskava o prehrabnih navadah Slovencev, razdelana v nadaljevanju diplomskega dela, kjer so ugotovili, da ženske pogosteje preverjajo informacije o živilskih izdelkih pred nakupom kot moški (Gabrijelčič Blenkuš in drugi 2009). Ženske pa so tudi tiste, ki običajno iščejo v hrani in hranjenju čustva, hkrati pa so z njo lahko tudi preobremenjene (Bordo v Bell in Valentine 1997). Rezultati večine študij so pokazali, da po ekoloških izdelkih pogosteje posegajo ženske (Podmenik 2012).

### 3.2 Vpliv socialne pripadnosti na načine prehranjevanja

Že v prejšnjem poglavju smo lahko deloma zaznali, da različna socialna pripadnost različno vpliva na prehranjevalne navade, v tem poglavju pa se bomo še malo podrobneje dotaknili nekaterih izmed njih, predvsem kako se različne prehranjevalne navade kažejo skozi slojevsko, starostno in spolno pripadnost. Uporabili bomo predvsem tiste ugotovitve, ki jih lahko na teoretični ravni povežemo s porabo ekološko pridelane ali zdrave hrane, kakor jo večkrat imenujemo.

Začnimo najprej s slojevskimi razlikami. Bourdieu (1996, v Tivadar 1998) hrano obravnava kot **položajni znak in identitetni simbol**. Na podlagi rezultatov študije o okusih v šestdesetih letih v Franciji je ugotovil, da so znotraj slojev in med sloji precejšnje razlike v prehranskih praksah. Recimo, za delavski razred je hrana materialna resničnost, ki hrani telo in mu daje moč, srednji razred pa v prehrani poudarja skrb za videz, ki potiska v ozadje vsebino in daje prednost askezi in samonadzoru (Bourdieu v Tivadar 1998). Dvajset let kasneje sta s študijo v Veliki Britaniji raziskovalca Michael Calnan in Sarah Cant ugotovila, da so si različne družine glede na slojevsko pripadnost v marsičem podobne. Ženske (matere, žene) iz različnih slojev, ki opravijo največ nakupov v družini, naj bi nakupovale podobne izdelke, pri čemer je vodilo ženskam iz delavskega sloja cena (preudaren nakup), tistim iz srednjega razreda pa kakovost, saj kupujejo hrano brez posebnih denarnih skrbi (Calnan in Cant v Tivadar 1998). V srednjeslojskih družinah zaužijejo več t. i. **zdravih živil**, kot so npr. margarina z nenasičenimi maščobnimi kislinami, polnozrnat kruh, posneto mleko, rjavi sladkor in sveža zelenjava, ter manj konzerviranih živil (Tivadar 1998). Tudi druge raziskave kažejo, da premožnejši družbeni sloji bolj kot drugi pristajajo na trenutno veljavna dietetska pravila. V osemdesetih so se srednji sloji najbolj disciplinirano odzvali na dietetske pozive k manjši uporabi soli, sladkorja in nasičenih



maščobnih kislin ter k rednemu uživanju dietnih vlaknin (Mennel v Tivadar 1998). Manj premožni sloji in kmečko prebivalstvo strokovna priporočila v prehrani manj upoštevajo. Tako je prehrana z večjo količino živalskih maščob najbolj razširjena med nižjimi sloji in kmečkim prebivalstvom (Mennel v Tivadar 1998). Zdaj, še dvajset let kasneje od teh ugotovitev, pa je ravno kmečki sloj tisti, ki je začel proizvajati ekološko pridelano hrano in če želi pridobiti na svoje pridelke eko oznake, mora zelo upoštevati vse strokovne nasvete. Seveda se lahko vprašamo, kdo v resnici proizvaja te izdelke – tisti, ki jih neposredno prideluje, ali tisti, ki jih troši? Glede na to, da jih trošita oba, gre najbrž za obojestranski proces in interes.

Če se še malo vrnemo k ceni – »**zdrava**« in »**lahka**« živila so pogosto dražja od drugih in kot taka predvsem delavskim in nižjim slojem jasno zarišejo prehranske meje zaradi nižjih prihodkov. Prav tako imajo revni manj možnosti preiskovanja novih živil, ker bi, če jim nova hrana ne bi ugajala, lahkomišelnost zapravljali že tako močno omejena sredstva (Keane v Tivadar 1998).

Tudi **izobraženost** in **informiranost** prispevata svoj del k prehranskim praksam. Večino informacij o zdravi prehrani dobimo iz množičnih medijev, zato bi se lahko slojevsko diferencirana raba medijev zrcalila v diferencirani skrbi za dieto (Tivadar 1998). Dietetske izobraževalne programe na radiu in »zelene strani« v tiskanih medijih v največjem deležu spremljajo višje izobražene ženske, poročata Charles in Kerr (1988 v Tivadar 1998).

V množičnih medijih se pojavljajo ugibanja, kako se bodo ljudje soočali z recesijo v smislu prehranjevanja. Nekateri pravijo, da se bo potrošnja po hrani povečala, saj bo edina stvar, ki si jo bodo še lahko privoščili in bodo z njo kompenzirali vse ostale manke, znižala pa se ji bo tudi cena (Mihajlovič 2009). Ker naj bi imeli ljudje v času recesije tudi več časa zase in za svoje bližnje, naj bi se povečala domača priprava hrane in zmanjšala potrošnja hitro pripravljene hrane. Recesija pa naj bi vplivala tudi na povečano okoljsko misel, saj naj bi se vrglo stran manj hrane (Dakić 2008). Drugače se sprašujejo v Združenih državah Amerike, kjer obstaja večja bojazen, da se bodo ljudje zredili zaradi povečanja potrošnje hitro pripravljene hrane, ki naj bi bila zanje cenejša od zdrave hrane. Dokaz naj bi bil že upad poslovanja določenih prehranskih verig z naravno in organsko hrano (Ivanc 2009).

Na **starostne razlike** glede prehranskih praks ima, po besedah avstralske kulturologinje Deborah Lupton, vpliv že **primarna socializacija**. V družini si civiliziramo tek: naučimo se ločevati med užitnim in neužitnim, ponotranjimo pravila o združljivosti živil, okusov in vonjev, seznanimo se s pravilnim zaporedjem jedi in okusov v obroku, dopustnim videzom in vrsto jedi,

, zaporedjem in primernim številom dnevnih obrokov itn. (Tivadar 1998). Kulinarična, socialna in simbolna raba hrane, ki se jo naučimo v družini, pomembno zaznamuje naš poznejši odnos do hrane. Vedno se namreč odzivamo na ponotranjene prehranske vzorce, najsi jih obnavljamo, spreminjamo ali docela zavrnamo (Tivadar 1998). Težnja po ekološko pridelani hrani bi lahko izhajala tudi iz lepih spominov na otroštvo. Deborah Lupton v svoji študiji navaja jedilne dogodke, ki informante/-ke spominjajo na idilični otroški svet. Nostalgični trenutki vsebujejo štiri teme: a) ugodje in varnost b) podeželsko obilje in narava c) trenutki s starimi starši ali starejšimi sorodniki in d) otroštvo v deželi, iz katere so se odselili v sedanjo državo (1996, v Tivadar 1998). Če nadaljujemo, nekdo, ki ima take spomine in ima kot odrasel na izbiri industrijsko ali ekološko pridelano hrano, se bo lažje odločil za slednjo.

### 3.3 Sodobne smeri prehranskih navad

Razvitih je več teorij o prehranskih praksah v današnjem svetu. Z analizo njihovih značilnosti bomo prikazali vsako od njih in hkrati pogledali, kam lahko umestimo ekološko pridelano hrano in njeno potrošnjo.

**Individualizacija** mnogi družboslovci razlagajo kot ključni sodobni družbeni proces, in sicer v smislu razpadanja klasičnih organizacijskih oblik družbenega življenja – razreda, spola, etnije, generacije ipd. (Warde v Tivadar 1998). V predmodernih družbah so bili viri posameznikove identitete religija, zakoni, tradicija, danes pa je edina možnost **izbira**. Sodobna identiteta je skrbno izbrana in se utrjuje s potrošnjo; bodisi skozi izložbo, kjer so predstavljeni različni življenjski svetovi, bodisi skozi blago samo oz. skozi materialne in simbolne vire. Življenjski stili so rutinirane prakse, so rutine oblačenja, prehrane, delovanja, srečevanja z drugimi, ki pa so dovzetne za spremembo identitete. Življenjski stil se razlikuje od spolne, slojevske in etnične pripadnosti v vsaj dveh pomembnih vidikih: a) gre za hitro spremenljiv kulturni vzorec, ki ga sestavljajo znaki, reprezentacije in mediji in b) gledano teoretično, posameznik lahko z majhnimi spremembami v potrošnji komercialnega blaga in storitev spreminja svoj stil (Slater v Tivadar 1998).

**Deformalizacija** poteka vzporedno z individualizacijo in se kaže v izginjanju togih, konformističnih in ustaljenih potrošnih praks. Potrošniki uresničujejo svoje želje brez moralnih, estetskih in socialnih zapovedi. Stroga pravila vedenja in samopredstavljanja sta zamenjali anomija in poljudnost (Warde v Tivadar 1998).

**Komunitarnost** naj bi bila posledica skrajnega modernega individualizma. Ljudje si ustvarjajo umišljene skupnosti, ki naj bi jim povrnile izgubljene občutke pripadnosti, varnosti, preglednosti in obvladljivosti socialnega sveta, ki so jih imeli v okviru tradicionalnih skupinskih identitet. Iskanje je vedno usmerjeno v »naravno« ukoreninjenost ali pripadnost, ter izhaja iz potrebe ljudi, da bi si z drugimi delili pravila in sanje (Warde v Tivadar 1998).

**Stilizacija** vnaša red, pravilnost in preglednost v samoprezentacijo posameznic in posameznikov prek potrošnje. Ponuja socialne pomene, znana pravila vedenja, občutek pripadnosti, podobno kot komunitarnost. Vendar pa gre v tem primeru za začasno in prostovoljno pripadnost določenemu kulturnemu stilu, ki se je posamezniki tudi zavedajo in jo reflektirajo. Pripadnost stilu se kaže navzven kot velika neformalnost in nekonformnost, navznoter pa kot prostovoljno podrejanje skupinskim normam, zlasti zaradi estetike in okusa. Nekateri so ta pojav poimenovali tudi neotribalizem<sup>1</sup>. Estetska pravila so za skupino konstitutivnega pomena in jih potrebno dosledno upoštevati, brez njih skupina sploh ne obstaja. Glede na prostovoljno in začasno naravo pripadnosti takim skupinam jih lahko njihovi člani tudi zapustijo brez posebnega truda in brez strahu pred kaznijo (Tivadar 1998).

S pomočjo obravnavanih štirih procesov pridemo do štirih različnih tipov prehranskih navad: a) individualizirana prehrana b) množična, standardizirana prehrana c) postfordizem in neotribalizem in d) ohranjanje starih socialnih razlik v prehrani in nastajanje novih (Tivadar 1998).

a) Udejanjanje koncepta **individualizacije** na področju prehranskih praks bi se kazalo tako, da bi vsak posameznik jedel tako različno od drugih, da bi bilo nemogoče ugotoviti kakršnekoli zakonitosti v prehranskih vzorcih. Tovrstne prehranske prakse bi dokazovale, da skupnostni vzorci vedenja ne vplivajo na posameznika (Warde v Tivadar 1998). K individualizirani prehrani prispeva vedno večji poudarek na samodisciplini in samonadzoru. Vladna priporočila in popularna medicinska literatura nas od srede sedemdesetih let prepričujejo, da smo sami odgovorni za svoje zdravje in dobro počutje, s čimer je skupnostna regulacija nadomeščena s samoregulacijo (Warde v Tivadar 1998).

Neformaliziranost prehranskih praks se kaže zlasti v sproščanju pravil vedenja pri mizi, stalnosti in pogostosti obrokov ter času in kraju prehranjevanja (Tivadar 1998). Tako so med drugimi začele v osemdesetih opozarjati na naraščanje individualiziranih prehranskih praks tudi

---

<sup>1</sup> Tribalizem je težnja po uveljavljanju koristi plemenske skupnosti, kake skupine, ki ni v skladu s koristmi države, širše skupnosti (Černelič 1991, 168).

ameriške marketinške raziskave. Te prakse naj bi bile značilne za zaposlene pare, ki so veliko zdoma in pogosto tudi nimajo otrok. Hrane ne jedo ob vnaprej določenem času, niti ne v posebnem prostoru ter prav tako ne v družbi družinskih članov/-ic. Obrok sestavlja več manjših jedi, katerih priprava zahteva zelo malo časa (Mowen v Tivadar 1998). Obstaja še nekaj drugih podatkov, ki pričajo o podobnem, pa vendar Warde ugotavlja, da imamo le malo dokazov o zares individualiziranih dietah; v vsakdanjem življenju le redko opazimo, da bi drugi jedli bistveno drugače kot mi. Različnost se prepozna le kadar ljudje spoštujejo katerega od prehranskih tabujev, denimo, da ne jedo mesa (Warde v Tivadar 1998).

b) Uniformnost **množične potrošnje** na nacionalni in mednarodni ravni je posledica ekonomske racionalizacije, globalizacije medijskih sporočil in korporativnega oglaševanja (Warde v Tivadar 1998). Zelo močno se kaže v množični obiskanosti mednarodnih restavracij s hitro hrano, kjer so postopki naročanja, uživanja hrane in nasploh obnašanja zelo uniformalizirani in poenoteni in kot taki omogočajo uporabnikom sproščen, »domač« odnos. Uniformnost se kaže tudi v dolgoletni množični priljubljenosti nekaterih jedi, svoje pa prispevajo tudi medicinska in dietetska priporočila (Tivadar 1998).

c) Warde **tribalizem** v prehranskih praksah identificira kot 1) aktivno članstvo v majhnih skupinah z eksplicitnimi političnimi ali etičnimi orientacijami in 2) kroženje simbolov stila in mode v množičnih medijih. Cilji in dejavnosti skupin so zelo raznoliki: varovanje pravic živali in zavzemanje za humano prirejo, prizadevanja za ohranjanje avtohtonih jedi in pijač, pa tudi **zavzemanje za boljšo kakovost prodajnih izdelkov** (npr. opozarjanje na nevarne dodatke v hrani, strupene primesi, ostanke pesticidov ...), **promocijo biološke pridelave živil** itd. (Warde v Tivadar 1998). Povpraševanje po biološko pridelani hrani sicer kaže značilnosti postfordistične potrošnje<sup>2</sup>, pravi Warde, vendar poudarja, da še ni dokazano, da je prevladujoče in/ali da ni sociodemografsko utemeljeno (Warde v Tivadar 1998).

d) Warde s svojo študijo, ki jo je opravil v Angliji v letih 1968 in 1988, dokazuje, da se slojevske razlike v nakupovanju hrane ohranjajo. Razlike med delavskimi in srednjeslojskimi gospodinjstvi pa ne nastajajo zgolj zaradi različnih dohodkov. Tudi če bi imeli pripadniki teh

---

<sup>2</sup> Značilnosti postfordistične potrošnje: komodificirana preskrba, diferenciacija nakupnih vzorcev v skladu z različnimi tržnimi segmenti, večja spremenljivost okusov, proliferacija potrošniških gibanj (hitro naraščanje potrošniških gibanj – op. B.K.), zavesten in aktiven odziv potrošnikov na množičnost in standardizacijo, ki vodi v iskanje spacializiranih, surovih materialov, ki niso množično proizvedeni (npr. naravni izdelki) (Warde v Tivadar 1998, 89-90).

različnih slojev isti dohodek, bi zaradi značilne slojevske kulture in značilnega slojevskega okusa kupovali različne izdelke (Warde v Tivadar 1998). Kljub slojevskim razlikam v nakupnih vzorcih hrane tako Warde ugotavlja, da te razlike bolj izražajo posameznikovo/-čino pripadnost določeni skupini, kot pa njegovo/njeno individualnost (osebni okus) ali družbeno odličnost (potrebo po socialnem razlikovanju) (Warde v Tivadar 1998).

Če zaključimo znotraj klasičnih sociodemografskih dejavnikov, potem vsebina naših nakupovalnih vozičkov ne kaže le naše slojevske pripadnosti, temveč vsaj še naš spol, starost, etnično pripadnost, to, ali živimo sami, v paru ali družini, ter koliko otrok imamo in koliko so stari (Tivadar 1998). Vsebina nakupovalnih vozičkov je tudi posledica okusa. »Okus je oče pridelave, izbire in priprave vsega hranljivega (Brillat-Savarin 2005, 18)«. Hkrati pa je tudi posledica časa, v katerem živimo. Za velik del sveta lahko danes rečemo, da živi v izobilju. Iskren in ozaveščen odnos do hrane pa moramo šele ustvariti (Montanari 1998). To je seveda lažje storiti, ko nismo lačni in obravnava teme ekološko pridelane hrane v času lakote verjetno niti ne bi bila smiselna ali možna.

## 4 PRIMERJALNE PREDNOSTI EKOLOŠKO PRIDELANE HRANE

### 4.1 Razvoj ekološke prehranske zavesti

Pomemben vidik trajnostnega razvoja je ekološko kmetijstvo, ki daje določeno upanje na ohranitev naravne biosfere v primerjavi s konvencionalnim kmetijstvom kot enim od onesnaževalcev, poleg industrije, prometa, ločevanja odpadkov itn. (Podmenik 2012).

Ekološko kmetovanje se je v Evropi začelo povečevati s pojavom številnih okoljskih gibanj, tako med potrošniki kot tudi med pridelovalci. Prihajalo je do presežkov hrane in negativnih posledic preobremenitve okolja z intenzivnim konvencionalnim kmetijstvom. Ekološko kmetijstvo je v porastu tudi na ostalih kontinentih (Latinska Amerika, Azija, Afrika, Avstralija), čeprav ne povsod za domače potrošnike, ampak za izvoz v razviti svet (Bavec 2001).

Slovenija ima precej neugodne naravne razmere za kmetijstvo, delež vseh kmetijskih zemljišč je 44 % vsega ozemlja. Okrog 75 % le-teh leži na območjih, ki so precej neugodne za kmetijsko obdelavo, kar polovico slovenskega ozemlja pa pokrivajo gozdovi (Erjavec in drugi 2001).

Okoljski cilji kmetijske politike so bili prvič omenjeni leta 1993 v *Strategiji razvoja slovenskega kmetijstva*, prednostne naloge pa so bile varstvo kulturne krajine, zmanjšanje negativnih učinkov gnojil (hranil) in pesticidov ter ohranjanje biološke raznovrstnosti (Erjavec in drugi 2001). V letu 1997 je prišlo do prvih konkretnih zametkov spodbujanja ekološkega kmetijstva: ustanovitev raznih podpornih društev, predavanja tujih predavateljev, prva organizirana predavanja za kmetijske svetovalce, ustanovitev Združenja ekoloških kmetov Slovenije in Združenja za ekološko kmetovanje SV Slovenije (Podmenik 2012). Uradna vzpostavitev sistema kontrole se je zgodila leta 1998 (Podmenik 2012), leta 1999 pa beležimo prva plačila s strani države za ekološko kmetovanje, to je 6,3 % vseh plačil, medtem ko je bil največji delež, to je 53,7 % namenjen integrirani pridelavi<sup>3</sup> (Erjavec in drugi 2001).

Ekološko kmetijstvo in posledično ekološka prehrabna zavest obstajata na naših tleh torej zadnjih dvajset let. Leta 1999, ko je vlada začela podpirati ekološko pridelavo, je bil sprejet tudi prvi pravni okvir za pridelavo in trženje ekološko pridelanih izdelkov, to je Uredba o ekološkem kmetovanju in metodah kontrole (Erjavec in drugi 2001, 99). Sledilo je prvih pet let intenzivne rasti, kasneje se je ta rast upočasnila, še vedno pa Slovenija presega povprečje držav EU (Podmenik 2012). Leta 2006 je delež ekoloških kmetij znašal 2,5 %, to je 1.876 ekoloških kmetij, leta 2015 pa se je ta delež skoraj podvojil, in sicer na 4,7 %, torej 3.417 ekoloških kmetij. Še večji je delež ekološko obdelanih površin v kontroli, leta 2006 5,47 % in leta 2015 8,7 % (Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano 2016). Za preusmeritev iz konvencionalne pridelave v ekološko mora kmetija skozi preusmeritveni načrt (Bavec 2001).

Na razvoj ekološkega kmetijstva vpliva splet različnih dejavnikov. Ključni deležniki v ekološkem kmetijstvu so:

- a) ekološki pridelovalci in tisti, ki želijo sprejeti prakse ekološkega kmetijstva;
- b) organizacije ekoloških pridelovalcev, ki podpirajo in izobražujejo svoje člane ter jim pomagajo pri trženju;
- c) znanstvena sfera, strokovnjaki, nevladne organizacije in telesa, ki opravljajo kontrolo ter procese certifikacije;
- d) politika, ki ustvarja pogoje za podporo ekološkemu kmetijstvu;

---

<sup>3</sup> Integrirana pridelava je sicer naravi prijazen način pridelave, ki pa dovoljuje določeno stopnjo gnojil in fitofarmaceutskih sredstev (MKGP 2016). Ker je v tem pogledu »nekaj vmes«, se v naši razpravi osredotočamo samo na ekološko in konvencionalno pridelavo, kot dve skrajni možnosti pridelave hrane.

- e) nacionalni ter mednarodni akterji in ponudniki na trgu ekoloških živil;
- f) potrošniki, ki želijo ekološko pridelana živila;
- g) širša javnost, ki je zaskrbljena zaradi okoljskih in zdravstvenih problemov (Vogl v Podmenik 2012).

Pomemben deležnik, s katerim se bomo ukvarjali v petem poglavju, so kot del širše javnosti tudi **mediji**, ki ustvarjajo javno mnenje in s tem vplivajo na ekološko/okoljsko zavest in percepcijo ekološko pridelane hrane.

## 4.2 Ekološko pridelana hrana vs. konvencionalni

Ekološko kmetijstvo je okolju in človeku najbolj prijazno, saj ohranja neobnovljive vire, ščiti okolje, omogoča boljšo kakovost hrane in ohranja biotsko raznovrstnost (Podmenik 2012).

Certificirana ekološka hrana je pridelana s spoštovanjem do okolja in do živali, kontrolirana in potrjena je s strani neodvisne organizacije in navadno označena z ekološkimi oznakami, da se jo da ločiti v trgovinah od drugih izdelkov. Ekološko pridelana hrana je doživela omembe vreden porast v zadnjih letih, kljub temu pa so še vedno velike razlike od države do države (Thøgersen 2010).

**Razlikovanje in prednosti ekološko pridelane hrane v primerjavi s konvencionalno pridelano** so številne. Tu je naštetih samo par pomembnejših:

- stroga prepoved uporabe mineralnih gnojil, sintetičnih sredstev, gensko spremenjenih organizmov, pesticidov in antibiotikov;
- upoštevanje lokalnih naravnih značilnosti kmetovanja (podnebje, lega, ...);
- raba virov, ustvarjenih ali prisotnih na kmetijah (naravna gnojila);
- uporaba alternativnih praks (kolobarjenje, kompostiranje, zeliščni pripravki, itn.);
- kmetovanje v dobrobit živali in ohranjanje genetske pestrosti;
- zagotavljanje kakovosti življenja vsem vpletenim v proces ekološke pridelave in predelave;
- dopuščanje naravnega časa rasti in zorenja;
- uporaba avtohtonih pasem in rastlinskih vrst;

- potrošnikom je na voljo sezonsko pridelana hrana (Podmenik 2012; Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano 2016).

Po drugi strani se **konvencionalno** kmetijstvo razlikuje od ekološkega:

- nižja hranilna vrednost in vprašljiva varnost živil;
- ohlapnejši predpisi za pridelavo in predelavo;
- uporaba nevarnih dodatkov, pesticidov, mineralnih gnojil, gensko spremenjenih organizmov;
- prevlada monokultur in intenziviteta pridelave;
- izčrpavanje tal itn. (Podmenik 2012).

Posledice konvencionalnega kmetovanja se kažejo tudi v boleznih, katerim so bolj izpostavljeni že sami kmetje: več pljučnih boleznih in raka, zastrupitev, pa tudi osteoartritis (zaradi močnih mehanizacij) in težave s sluhom (Boyle in ostali 1984).

**Prednosti** ekološko pridelanih živil so po ugotovitvah francoske agencije za varno hrano (AFSSA), ki je pregledala obstoječo literaturo in študije, povezane z **ekološkimi živali in hranilnimi vrednostmi**, naslednje:

1. ekološko pridelana zelenjava vsebuje več magnezija in železa;
2. ekološko pridelana zelenjava in sadje imata občutno večjo vsebnost fenolov;
3. ekološko pridelano piščančje meso ima večje vsebnosti nenasičenih maščobnih kislin in manjše vrednosti skupnih maščob;
4. ostanki pesticidov so bili najdeni le pri 2–6 % ekoloških živil, medtem ko so bili pri konvencionalnih živilih najdeni v 40 %;
5. ostanki nitratov so pri ekološko pridelanih živilih za polovico nižji kot pri konvencionalno pridelanih;
6. vsebnost mikotoksinov je pri obeh približno enaka (Larion v Podmenik 2012).

Ekološka živila se označujejo kot eko, ekološka, bio, če vsebujejo najmanj 95 % ekoloških sestavin kmetijskega izvora, ostalih 5 % je iz liste dovoljenih sestavin Uredbe Komisije 889/2008 in so živila izdelana po postopkih skladnih z določili uredb za ekološko kmetijstvo. Živila z manj kot 95 % ekoloških sestavin kmetijskega izvora se ne označujejo kot ekološka (eko, bio), niti ni ob imenu dovoljeno napisati, da vsebujejo ekološke sestavine (Inštitut Koncert 2011).



Ekološko kmetijstvo se je razvilo v tri smeri:

1. biološko-dinamična metoda
2. organsko-biološka metoda oz. ekološko kmetovanje in
3. permakultura.

Biološko-dinamična metoda je bila prva oblika ekološkega kmetovanja, nastala v začetku 20. stoletja pod okriljem dr. Rudolfa Steinerja. Temelji na poznavanju, preučevanju in uporabi snovi ter energij zemlje in vesolja. Biodinamični kmetovalci sledijo setvenemu koledarju Marie Thun, Steinerjeve učenke, bistvo pa je v uporabi biotskih pripravkov iz rastlinskih in živalskih izvlečkov za kompostiranje, preprečevanje rasti plevela in varstvo rastlin (Kocjan Ačko v Podmenik 2012). Danes deluje v Sloveniji več biodinamičnih društev: društvo Ajda je bilo ustanovljeno že leta 1992 (Bavec 2001), oznaka za biodinamične pridelke pa je registrirana pod imenom Demeter, ki je mednarodna oznaka in v svojih standardih celo strožja od nacionalnih predpisov in zakonodaje EU (Repič in drugi 2005).

Biološko-dinamično metodo je zasnoval dr. H. Müller, usmerjena je pa v pridobivanje, negovanje in vzdrževanje rodovitnih tal, ki so pogoj za pridelavo zdrave hrane. Glavna skrb je namenjena pestrosti življenja v tleh (Kocjan Ačko v Podmenik 2012) in kot taka je ta smer tudi najbolj razširjena metoda ekološkega kmetovanja (Podmenik 2012, 25). Slovenska ekološka živila, ki ustrezajo vsem zakonom in pravilnikom, morajo biti označena z enotnim logotipom EU (list) in po želji še z državno označbo »ekološki«<sup>4</sup> (Podmenik 2012).

Permakulturna filozofija temelji na etiki, spoštovanju življenja rastlinskih in živalskih vrst ter odgovornosti do planeta. Izvaja se s povezovanjem delov v celoto, z upoštevanjem naravnih procesov, pri čemer je potrebno paziti, da različnih rastlinskih ali živalskih vrst ne razporedimo v naravi tako, da bi drug drugemu škodovali (Kocjan Ačko v Podmenik 2012).

Po svetu ima beseda »eko« in njene izpeljanke (ekološko, ekološki, itn.) različne konotacije in pomene. Na Švedskem se nakup ekološke hrane povezuje z zdravjem. V Veliki Britaniji ima

---

<sup>4</sup> Obstaja pa še oznaka **Biodar**, ki je kolektivna blagovna znamka za živila, ki so pridelana in predelana po standardih za ekološko kmetovanje Zveze združenj ekoloških kmetov Slovenije. Biodar je prva slovenska registrirana blagovna znamka za označevanje živil iz kontrolirane ekološke pridelave v skladu z mednarodnimi standardi, ki pa je v posameznih zahtevah strožja in daje s tem še večjo verodostojnost (Repič in drugi 2005).

pojem »ekološki« čustven pomen v smislu blagostanja, zdravja, koristi za okolje in zdravega prehranjevanja. Dojemanje potrošnikov glede videza, okusa in sestave ekološke hrane se po državah razlikuje. Na Severnem Irskem je recimo neka fokusna skupina ugotovila, da so nekateri ekološki izdelki prazni in brez barve, medtem ko je za neke druge ekološke izdelke, recimo za mešano zelenjavo, ugotovila, da imajo pričakovano sestavo in okus. V Veliki Britaniji in Avstraliji so ugotovili, da je okus ekološko pridelane hrane boljši od konvencionalno pridelane (Dahm in drugi 2009). Na strani Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano Republike Slovenije je navedeno: »Prednosti okusa ekoloških pridelkov so bolj ali manj subjektivne, vendar pa je za ekološke kmete znano, da na svojih kmetijah skrbijo za večjo pestrost rastlinskih in živalskih vrst. To porabnikom nudi priložnost za uživanje v novih okusih in kulinaričnih doživetjih« (Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano 2016).

Ministrstvo za kmetijstvo v svojih oglasih komunicira naslednje prednosti ekološko pridelanih živil: polnejši okus, več vitaminov in mineralov ter višjo hranilno vrednost (Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano 2016).

Pri nas se ekološko pridelano hrano uporabljata termina: eko(loško) biološko in bio(loško) živilo. Nekatero državo uporabljajo še termin organsko (Podmenik 2012). Pogosto uporabljen termin je pa tudi *naravno*. USDA (United States Department of Agriculture) opozarja potrošnike, da pojma »naravno« in »ekološko« ne gre zamenjevati. »Naravno« se nanaša na izdelke, ki ne vsebujejo umetnih arom, barvil ali kemičnih sredstev in so minimalno predelani, »ekološka hrana« pa je tista, ki je vzgojena brez uporabe pesticidov, sintetičnih gnojil, odpadne gošče, gensko spremenjenih organizmov in sevanja. Omenjena agencija prav tako zahteva, da so meso, perutnina, jajca in mlečni izdelki pridobljeni iz živali, ki ne vsebujejo antibiotikov in rasnih hormonov. Izraz »ekološki« je tako prepoznaven kot zaupanja vredna oznaka ekološko prijaznih izdelkov. Potrošniki, ki želijo kupovati ekološko hrano, morajo biti sposobni pravilno prepoznati tovrstne oznake. Loureiro je preučeval seznanjenost potrošnikov z »eko« oznakami jabolk in ugotovil, da je bila ozaveščenost z »eko« oznako kljub splošni pozitivni naravnosti do ekoloških izdelkih (86 %), zelo nizka (Loureiro v Dahm in drugi 2009).

Z vidika trajnosti ekološkega kmetijstva sicer ne moremo enačiti s popolno trajnostno prakso, se pa od vseh oblik kmetijstva temu najbolj približa in ima najmanjše negativne vplive na okolje (Podmenik 2012). Zelo pomemben je tudi okoljski vidik, saj v primerjavi s konvencionalnim

ekološko kmetijstvo manj onesnažuje okolje in je manj škodljivo za človeka, tako kmetovalca kot potrošnika (Podmenik 2012).

#### 4.3 Potrošnja ekološko pridelane hrane

Trg ekoloških živil v Evropi, kljub recesiji, raste. Njegov razvoj je utemeljen na visokih etičnih vrednotah, med pomembnejšimi je zaupanje (Podmenik 2012). Zaupanje je med drugim tudi posledica kontrole, ki se izvaja v ekološkem kmetijstvu, pri čemer ima kontrola še druge pozitivne posledice, npr. olajšano trgovanje z ekološko pridelanimi živili med različnimi državami (Tate v Podmenik 2012).

Povečana zaskrbljenost javnosti glede negativnih okoljskih in zdravstvenih učinkov zaradi uporabe pesticidov, rastnih spodbujevalcev in mineralnih gnojil, uporabljenih v konvencionalni pridelavi, je bila glavno vodilo za povečanje povpraševanja po ekološko pridelani hrani (Barański 2014). Tudi nove raziskave so ob naraščajočem interesu javnosti povzročile povečano zanimanje za ekološke izdelke na svetovni ravni. V evropskih državah je ekološki trend šibkejši na vzhodu in jugu (z izjemo Italije) in močnejši na severozahodu. Italija je velik izjema, saj je njihova potrošnja ekološke hrane na prebivalca veliko večja kot v vseh ostalih severozahodnih državah (Dabbert, Haring, Zanolini 2004; Padel et al. 2008 v Thøgersen 2010). Študija, ki jo opisuje članek *Country Differences in Sustainable Consumption: The Case of Organic Food*, ni našla veliko razlik glede nakupnih motivov po različnih državah, se pa mediteranske države razlikujejo od severnih po tem, da sta v mediteranskih namerna nakupa in potem tudi dejanski nakup veliko slabše medsebojno povezana kot v severnih državah. Nekatere države so ekološko kmetovanje enostavno začele podpirati politično in regulacijsko prej kot druge. Lep primer so severne države, kjer izstopa Danska. Tam je ekološka pridelava močno podprta s strani države, ekološki izdelki so v veliki meri prisotni v veleblagovnicah, zato je tržni delež velik. Danska je tudi ena redkih držav, kjer se je država vmešala tako na stran ponudbe kot povpraševanja, da bi čim bolj razvila ekološki prehramben sektor. Tako je Danska ena od treh držav z največjim tržnim deležem ekološko pridelane hrane. Po drugi strani je bila politična pomoč v mediteranskih državah šibkejša, kar bi lahko bilo tudi posledica večje pozornosti, usmerjene v regionalne in lokalne specialitete, ki so del nacionalne identitete. Mnogo potrošnikov tukaj ne loči med lokalno in ekološko pridelavo hrane (Thøgersen 2010).

Razlike v potrošnji ekoloških izdelkov so lahko posledica različnih političnih in tržnih dejavnikov. Politični dejavnik ima dva aspekta: ureditev (krovna/evropska, nacionalna/državna in pomoč/podpora/subvencije) in razvoj ekološkega trga (kontrola, certifikati, označevanje in informacije/znanj). Tržne dejavnike delimo na ponudbo in povpraševanje. Ponudba predstavlja priložnost in zajema širok obseg produkcije, obdelovalno zemljo, podnebne okoliščine, prodajne poti in ceno, ki lahko teoretično vplivajo na potrošnjo ekološke hrane na različne načine. Povpraševanje je odvisno od motivacije, ki je sestavljena iz potrošnikovega prepričanja, vedenja in vrednot, okoljske ozaveščenosti in kulture prehranjevanja ter iz zmožnosti za potrošnjo, ki je v odvisnosti od višine/rasti prihodka (Thøgersen 2010).

Proces nakupnih odločitev ekološke hrane je kompleksen, motivi in ovire pa variirajo glede na različne kategorije hrane. Kot eno glavnih ovir se prepoznava dražja cena, torej je nakup ekološke hrane odvisen predvsem od razpoložljivega dohodka (Padel in Foster v Dahm in drugi 2009). Na nakup vpliva tudi izobrazba potrošnikov (Lockie v Dahm in drugi 2009), še najbolj pa je nakup odvisen od razpoložljivosti in dostopnosti do trga ekološko pridelane hrane, so ugotovili raziskovalci (Dahm in drugi 2009).

Na podlagi raziskav, izvedenih v Angliji, Škotski in Walesu, je Mintel razvrstil kupce glede na njihovo pripravljenost kupovati okolju prijazne izdelke v tri večje kategorije: močni (dark), šibkejši (light) in »zeleni« iz naslonjača. Močni zeleni so tisti, ki okolju prijazno hrano aktivno iščejo, takšnih je približno 39 odstotkov. Največkrat so to ženske z otroki, katerim več pomeni kvaliteta kot cena. Šibkih zelenih je okoli 20 odstotkov, ki ekološke izdelke kupijo samo kadar jih zagledajo. Predstavniki te kategorije približno enakomerno zastopajo oba spola, so pa iz dveh starostnih skupin, to je od 25 do 34 in od 55 do 64 let. Cena izdelka nanje bolj vpliva kot na prejšnjo skupino. Približno 25 odstotkov predstavlja skupina zelenih iz naslonjača, ki jih skrbi za okolje, vendar pa zaradi tega niso spremenili nakupnih navad. Ti potrošniki so zelo cenovno občutljivi, prevladujejo pa moški. Samo dva odstotka je takih, ki se izogibajo ekološkimi izdelkom, ostali pa so najstniki, ki imajo omejeno kupno moč. Mintel tako zaključuje, da so ekološkimi izdelkom najbolj naklonjene ženske, stare med 35 in 44 let, ki nakupujejo v veleblagovnicah s polnimi nakupovalnimi vozički in imajo starejše in posledično bolj lačne otroke (Davies in drugi 1995).

Primarni potrošniki ekološke hrane so ženske med 30 in 45 let, ki imajo otroke v gospodinjstvu in ki so okoljsko ozaveščene. Zanimanje za ekološko hrano pa se v skladu z odgovornostjo do

okolja razvija tudi pri mlajši populaciji, še posebej pri študentih, katerim nakup in potrošnja ekoloških hrane tako predstavlja še dodatno pozitivno družbeno ozaveščeno obnašanje (Dahm in drugi 2009).

Do podobnih rezultatov prihaja tudi Ottman, ko analizira okoljsko potrošništvo v Ameriki: okoljsko ozaveščen potrošnik je izobražen, premožen in »mainstreamovski«; prevladujejo izobražene in politično liberalne ženske, v starosti med 30 in 49 let, z otroki, starimi 6 let ali več. Porritt in Winner sta zelene potrošnike opredelila kot ljudi, ki radi zapravijo svoj denar za izdelke, ki so videti zdravi in ekološko neoporečni (Davies in drugi 1995).

Nakup ekološke hrane omejujeta dva faktorja: dostopnost in cena. V anketi, ki jo je leta 1990 izvedel Mintel z 917 gospodinjami, se je 15 odstotkov le-teh izreklo, da bi vedno kupile ekološke izdelke, če bi bili bolj široko dostopni. Po drugi strani je ekološka hrana dražja, saj ima njena pridelava večje produkcijske stroške. Pri pridelavi mora biti zagotovljeno, da niso bila uporabljena umetna gnojila in pesticidi, kar se seveda odraža v višji ceni končnega izdelka. Leta 1987 bi 26 % vprašanih plačalo 5 % več za ekološko pridelano hrano, dve leti kasneje pa že kar 49 odstotkov. Tretjina vprašanih bi ekološke izdelke kupovala občasno, če bi bili cenejši (Davies in drugi 1995).

S tremi raziskavami, ki so jih izvedli v Severni Irski med letoma 1989 in 1993, so ugotavljali dejansko vedenje potrošnikov. Izsledki se v večji meri ujemajo z izsledki raziskave iz Velike Britanije, da iz skrbi za zdravje in okolje izhaja tudi nakup ekološko pridelane hrane, bolj kot zaradi okusa hrane same. Raziskave so pokazale, da imata največji vpliv na nakup spol in razpoložljiv dohodek. Med kupci prevladujejo ženske iz višjega dohodkovnega razreda, medtem ko glede starosti niso prišli do značilnih razlik, za razliko od Mintela. Prav tako je na drugem mestu vpliva na nakup ekoloških izdelkov prisotnost otrok v družini (Davies in drugi 1995).

Že omenjena italijanska študija iz Biotehnične fakulteti v Anconi govori o tem, kako potrošniki dojemajo in so izobraženi glede ekološko pridelane hrane. Čeprav ekološke izdelke dojemajo kot drage in nedostopne, jim večina potrošnikov pripenja pozitivno konotacijo. Potrošniki te izdelke povezujejo z zdravjem in si želijo dobrih, okusnih in hranljivih izdelkov, saj sta užitek in ugodje njihovi zelo pomembni vrednoti. Rezultati študije kažejo, da obstajajo razlike med

skupinami potrošnikov glede na pogostost uporabe ekoloških izdelkov in glede na stopnjo znanja in informacij, ki jih imajo o teh izdelkih (Zanoli in Naspetti 2002).

Tudi na naših tleh je bila opravljena raziskava prehrabnih navad. V raziskovalni študiji »Prehrabene navade odraslih prebivalcev Slovenije z vidika varovanja zdravja«, ki je trajala od oktobra 2006 do marca 2009, terensko anketiranje znotraj nje pa se je izvajalo med septembrom 2007 in aprilom 2008, je bilo ugotovljeno, da se pred prvim nakupom izdelka način pridelave redkeje preverja. Če je živilo pridelano na ekološki način, je pomembno 21 % vprašanih, medtem ko sta najpogostejši informaciji preverjanja s strani potrošnika rok trajanja (73 %) in cena izdelka (69 % anketiranih), sledijo pa blagovna znamka, država pridelave in sestava živila. V isti raziskavi je bilo ugotovljeno tudi, da ima uraden znak za ekološko pridelavo najmanjši pomen znotraj kriterijev za izbiro živil v vsakdanji prehrani (slabih 40 % anketiranih), veliko večji pomen pripisujejo anketiranci temu, da ima hrana dober okus (skoraj vsi vprašani), da ugodno vpliva na zdravje in razpoloženje, da jo poznajo, da je na voljo po dostopni ceni, da vsebuje naravne sestavine, da jo je mogoče enostavno pripraviti in še kaj. Obstajajo pa tudi določene povezanosti med branjem informacij na živilih pred prvim nakupom in demografskimi značilnostmi. Na splošno vse informacije pred nakupom pogosteje kot moški preverjajo ženske, do podobne ugotovitve prihajajo tudi tuje raziskave, ki jih navajam v diplomskem delu. Ali je bilo živilo pridelano na ekološki način, preverja urbano prebivalstvo pogosteje kot ruralno, več prebivalci zahodne Slovenije v primerjavi z vzhodno in pogosteje premožnejši (Gabrijelčič Blenkuš in drugi 2009).

Glavne značilnosti kupcev ekološko pridelanih živil pa so na podlagi raziskav (Brelj 2006, Majkovič 2008, Ogorevc Račič in drugi 2010, Lampič in drugi 2010 v Podmenik 2012) naslednje:

- dokaj visoko poznavanje ekološkega kmetijstva in živil;
- najpomembnejši demografski dejavniki so izobrazba, dohodek, majhni otroci v družini in kraj bivanja v mestnih naseljih;
- dajanje prednosti slovenskim ekološko pridelanim živilom, za katera so pripravljeni plačati več kot za uvožene;
- majhen odstotek tistih, ki bi plačali več kot četrtno dražjo ceno za ekološko pridelana živila;
- najpogosteje opravijo nakup v supermarketu;
- največje povpraševanje je po sadju in zelenjavi;

- število kupcev in pogostost nakupa ekološko pridelanih živil raste;
- visoka cena in nezaupanje v postopke pridelave pa sta glavna dejavnika, ki odvrata kupce od nakupa ekoloških živil (Podmenik 2012).

### 4.3 Hranilne vrednosti ekološko pridelane hrane

Dolgoročno gledano je vnos hranil za človeka izrednega pomena. Če s hrano vnašamo preveč ali premalo hranil, je naše zdravje lahko ogroženo. S prehranskimi priporočili so definirane pravilne količine in razmerja energijskih hranil ter ustrezne količine vode, prehranskih vlaknin in esencialnih hranil (vitamini, minerali, nekatere maščobne kisline in aminokisline). Prehranska priporočila izhajajo iz hranilnih in energijskih potreb posameznika (Gabrielčič Blenkuš 2009). Potrebe po energiji in hranljivih snoveh so od človeka do človeka in od dneva do dneva različne ter so odvisne od najrazličnejših zunanjih in notranjih vplivov (Debenjak in Debenjak 2004).

»Referenčne vrednosti za vnos hranljivih snovi so eden bistvenih temeljev ocenjevanja naših živil in naše prehrane. Razen tega so pomembna podlaga prehranska priporočila, ki se nanašajo na živila, ter za prizadevanja pri ozaveščanju, svetovanju in motiviranju potrošnikov glede zdravju koristne prehrane« (Debenjak in Debenjak 2004). »Zaradi večinoma energijsko prebogate prehrane in z njo povezanega zadostnega zauživanja esencialnih hranljivih snovi se je tveganje bolezni pomanjkanja v zahodnem svetu v zadnjih desetletjih močno zmanjšalo« (Debenjak in Debenjak 2004).

Hranilne snovi zagotavljajo človekovemu telesu potrebno energijo. Na kratko navajamo osnovne vrste hranilnih snovi, za lažje razumevanje razprave o hranilnih vrednosti v nadaljevanju:

- **ogljikovi hidrati:** monosaharidi (glukoza, fruktoza, manoza), disaharidi (saharoza, maltoza, laktoza) in polisaharidi (škrob, dekstrin, glikogen, vlaknine);
- **maščobe:** prave maščobe ali lipidi (nasičene in nenasičene maščobne kisline, omega 3) in maščobam podobne snovi ali lipoidi (lecitin, kefalin, holesterol, ergosterol, žolčne kisline, karotenoidi);
- **beljakovine:** enostavne (proteini, albumini, globulini) in sestavljene (proteidi);

- **vitamini:** vitamin A, D, E, K, vitamini B-skupine (vitamin B<sub>1</sub>-tiamin, B<sub>2</sub>-riboflavin, niacin, nikotinska kislina, B<sub>6</sub>-piridoksin, pantotenska kislina, vitamin H-biotin, B<sub>12</sub>, folna kislina);
- **mineralne snovi:** makroelementi (kalcij, fosfor, magnezij, kalij, natrij ...) in mikroelementi (železo, cink, jod, fluor, selen ...) in
- **voda.**

Energijske potrebe pokrijemo z osnovnimi hranili, to so ogljikovi hidrati, maščobe in beljakovine. S pomočjo vode, beljakovin in mineralnih snovi (kalcij, fosfor) gradimo telo in obnavljamo tkiva, ščitijo nas nekateri vitamini (npr. vitamin C) ter nekatere mineralne snovi (npr. selen), kemijske reakcije pa pospešujejo biokatalizatorji, to so nekateri vitamini (vitamini B-skupine) in nekatere mineralne snovi.

Nadalje delimo hranilne snovi še na:

- **esencialne** (bistvene), to so aminokislina, 2 maščobni kislini, vitamini in mineralne snovi, ter
- **neesencialne** (nebistvene), ki jih telo lahko zgradi samo s pomočjo biosinteze iz hranilnih snovi, ki so na voljo (Požar 2003).

Struktura in sestava proteinov, pomembnost aminokislin v prehrani in značilnosti vitaminov na začetku 20. stoletja niso bili cenjeni. Šele kasneje je prišlo do spoznanj, katere bolezni lahko povzročijo pomanjkanje določenih vitaminov: pomanjkanje vitamina C povzroča skorbut; pomanjkanje vitamina D lahko povzroča rahitis; pomanjkanje vitamina A lahko vodi v slepoto (Boyle in drugi 1984).

Eno od raziskovalnih vprašanj, zastavljenih pri pisanju tega diplomskega dela je bilo, kakšna so dognanja o nutricionistični vrednosti ekološko pridelane hrane v znanstvenih raziskavah. Če smo pri raziskovalnem vprašanju, katere so prednosti ekološko pridelane hrane skozi teorijo, do sedaj prišli do jasnih in nedvoumnih odgovorov, bo situacija pri hranilnih vrednostih ekološko pridelane hrane zapletenejša. Namreč, znanstvena mnenja na tem področju niso enotna, predvsem pa je bilo izvedenih (zaenkrat še) premalo študij, na podlagi katerih bi lahko postregli z enoznačnim odgovorom.

Kljub temu se število raziskav po letu 2000 povečuje (govorimo seveda o tujini), prav tako pa se povečuje tudi kvaliteta teh raziskav. Večina raziskav je v 80-tih temeljila na ugotavljanju



ravni mineralov in vitaminov, po letu 2000 pa raziskave vsebujejo poleg tega tudi analize zdravju koristnih polifenolov in antioksidativnega potenciala (Benbrook 2008).

Kakorkoli, rezultati do sedaj izvedenih raziskav niso zanemarljivi in v nemalo primerih prikazujejo hranilne vrednosti ekološko pridelane hrane kot boljše v primerjavi s konvencionalno pridelano. Če je takšno trditev zaenkrat še težko postaviti na splošno za vso ekološko pridelano hrano in za vse hranilne vrednosti v njej, pa jo je za določene sorte ekoloških pridelkov in za določene vrste hranilnih vrednosti že možno.

Začnimo s predstavitvijo metaanalize<sup>5</sup>, objavljene leta 2014 v *British Journal of Nutrition* v članku *Higher antioxidant and lower cadmium concentrations and lower incidence of pesticide residues in organically grown crops: a systematic literature review and meta-analyses* (v nadaljevanju metaanaliza). Osemnajst sodelujočih avtorjev z različnih univerz in inštitutov iz Amerike, Velike Britanije ter nekaterih evropskih držav je prišlo do zaključka, da ima ekološko pridelana hrana boljše oz. višje hranilne vrednosti od konvencionalno pridelane. Z metaanalizo so obdelali 343 znanstvenih publikacij iz celega, ki obravnavajo statistično pomembne razlike med ekološko in konvencionalno pridelanimi prehrabnimi izdelki in prišli do naslednjih glavnih ugotovitev:

1. vsebnost antioksidantov, še posebej polifenolov, je višja v ekološko pridelani hrani;
2. ostanki pesticidov so v konvencionalno pridelani hrani štirikrat višji kot v ekološko pridelani, kar še posebej velja za prisotnost strupenega elementa kadmija;
3. v ekološko pridelani hrani je najti višjo vsebnost nekaterih mineralov in vitaminov.

Na podlagi izsledkov te raziskave bo posameznik, ki bo prešel iz konvencionalne prehrane na ekološko, povečal vnos antioksidantov za 20–40 %. Ista količina ekološko pridelane hrane torej prinaša v telo znatno večji delež antioksidantov kot konvencionalno pridelana. Ekološko pridelana hrana ima za 19 % višji nivo fenolne kisline, 69 % višji nivo flavonoidov, 28 % višji nivo stilbenov, 26 % višji nivo flavonov, 50 % višji nivo flavonolov in 51 % višji nivo antocianov. Vsebnost strupenega kadmija je v ekološko pridelani hrani nižja za približno 48 %, so ugotovili z metaanalizo, vsebnost ostankov pesticidov v ekološko pridelani hrani pa je tudi

---

<sup>5</sup> »Metaanaliza je posebna oblika statistične analize, v kateri na sistematičen način združujemo rezultate posameznih med seboj neodvisnih študij. Pravilno izvedena metaanaliza omogoča sistematično spremljanje najnovejših znanstvenih spoznanj, učinkovitejšo izrabo obstoječih podatkov, pomembno prispeva h kakovosti obstoječega znanja o določenem preučevanem fenomenu in lahko služi kot podpora pri gradnji novih raziskovalnih domnev« (Kastrin 2008, 25).

do štirikrat nižja (Barański 2014). Do podobnih zaključkov glede ostankov pesticidov so prišle tudi nekatere druge raziskave.

Uspešnost te študije leži v dovolj velikem vzorcu recenziranih študij in izbiri statistične analize, to je metaanaliza kot edini primeren pristop za analizo študij, ki obravnavajo isto tematiko, ampak različne lestvice. V njej leži tudi kritika nekaterih prejšnjih raziskav, ki so poskušale dokazati, da razlike med ekološko in konvencionalno pridelano hrano ni, a niso imele dovolj velikega vzorca in ustrezne statistične analize (Barański 2014).

Do podobnega odstotka večje vsebnosti antioksidantov poroča *The Organic Center* tudi že v članku iz leta 2007, *Still No Free Launch*, in sicer so v povprečju ugotovili, na podlagi do takrat objavljenih študij, da ima ekološko pridelana hrana za 30 % višji nivo antioksidantov v primerjavi s konvencionalno pridelano hrano in do 20 % višji nivo nekaterih mineralov (Halweil 2007). Konvencionalno pridelani hrani se zaradi njenega načina pridelave hranilna vrednost v zadnjih desetletjih zmanjšuje. Večje kot je polje, pridelek in na koncu seveda donos, manjša je hranilna vrednost živil, ki zrastejo v takem okolju oz. večja je njihova osiromašenost. Razlogov je več:

- za povečevanje pridelka se uporabljajo semena, vzgojena za večjo odpornost, tudi gensko spremenjena semena;
- polja so zasajena bolj na gosto;
- uporaba kemičnih gnojil, pesticidov in prekomerno zalivanje/namakanje.

Posledica je (pre)hitra rast, pri čemer rastline ne uspejo pognati dovolj dolgih korenin in izčrpati iz zemlje veliko kvalitetnih hranilnih snovi. Rastline, ki rastejo počasi in pri čemer se kmetuje s kolobarjenjem, kompostiranjem in ostalimi, za ekološko kmetijstvo značilnimi pristopi, akumulirajo več hranil kot hitrorastoče rastline, ki prejemajo ogromne količine kemičnih gnojil. Kemična gnojila pospešijo rast na začetku (stebela, listi), kasneje pa njihova moč upade (plodovi, semena). Za herbicide in pesticide je bilo dokazano, da rastlini onemogočijo absorbcijo ali sintezo določenih hranil (Halweil 2007; Smith 2012). Počasi rastoče rastline, ki so gnojene na način, kot ga dovoljuje ekološko kmetijstvo, vsebujejo višji nivo vitamina C, večji delež osnovnih aminokislin in proteinov, več cinka in višji nivo fitokemikalij (Brandt v Halweil 2007).

Ekološko kmetijstvo prinaša nižji donos v večini primerov, po drugi strani pa imajo ekološki pridelki večjo koncentracijo mikrohranil, fitokemikalij in ostalih zdravju koristnih sestavin. Pri

ekološko pridelanih paradižnikih so odkrili celo do dvakrat višjo vsebnost antioksidantov. Ekološko kmetijstvo namreč s svojim načinom kmetovanja omogoča rastlinam, da proizvedejo daljše in močnejše korenine, pri čemer lahko rastlina absorbira več hranilnih vrednosti iz tal. Prednosti ekološkega kmetovanja in ekološkega pridelka so odvisne od različnih dejavnikov: od sorte, kvalitete tal, rastnih pogojev (npr. podnebje), pa tudi od bližine konvencionalne pridelave (Halweil 2007).

Ekološkim kmetovalcem je torej osrednji motiv varovanje okolja in zdravja ljudi ter pridelava kakovostne hrane, kar pa ne pomeni, da ne stremijo k doseganju donosov, ki prinašajo večji zaslužek (Francis v Podmenik 2012). V povezavi z različnimi donosi ekološkega in konvencionalnega kmetijstva je potrebno omeniti tudi nevarnost »konvencionalizacije« ekološkega kmetijstva, ki jo poganja naraščajoči interes kapitala in predstavlja odklon od vrednot ekološkega kmetijstva (Podmenik 2012). S tem, ko poskušajo ekološki kmetovalci doseči nivo donosnosti konvencionalnega kmetijstva, obstaja nevarnost zmanjšanja hranilne vrednosti njihovega pridelka (Halweil 2007). Ekološko kmetijstvo mora biti odprto do novosti, ključnega pomena pa je ločiti med »pozitivnimi« spremembami, ki so še vedno v skladu s temeljnimi načeli ekološkega kmetijstva in »negativnimi« spremembami, ki potiskajo ekološko kmetijstvo po poti konvencionalnega kmetijstva (Darnhofer v Podmenik 2012,). Donosi v ekološkem kmetijstvu se lahko povečajo, če pozornost usmerimo na tiste sorte, ki so v ekološkem kmetovanju dobro prilagojene in ne na tiste, ki so prilagojene in uspevajo v konvencionalnem kmetovanju (Smith 2012).

Na nižje hranilne vrednosti konvencionalnega kmetijstva je v začetku prejšnjega stoletja opozarjal že Rudolf Steiner (Halweil 2007), utemeljitelj biodinamične smeri ekološkega kmetovanja. Med letoma 1930 in 1980 so znanstveniki zaznali znaten padec hranilnih vrednosti konvencionalno pridelane hrane v Veliki Britaniji (Halweil 2007). Široka uporaba metod za povečevanje donosnosti kot sta močno gnojenje in namakanje, lahko zmanjšujeta hranilne vrednosti živil (Halweil 2007): večji kot je donos pri koruzi in pšenici, manjša je vsebnost proteinov; na nižjo vsebnost proteinov v koruzi vpliva tudi uporaba hibridnih semen; večji donos na poljih soje vodi v manjšo vsebnost proteinov in manj olja; visoka donosnost pri paradižniku ne vpliva samo na nižjo vsebnost vitamina C, ampak tudi na nižjo vsebnost likopena (osnovno barvilo paradižnika) in beta-karotena; visok donos pri kravah in kozah molznicah ima za posledico manj maščob in proteinov v mleku (Halweil 2007).

Ekološko kmetijstvo je eden od pristopov, ki lahko ustavi upadanje hranilne vrednosti hrane v današnjem času. Ekološki pridelki vsebujejo znatno več vitamina C, železa, magnezija in fosforja ter znatno manj nitratov kot konvencionalni pridelki (Heaton 2002 v Halweil 2007). Še novejša študija iz 2007 so to potrdile. Na Washington State University so primerjali ekološko in konvencionalno gojeno pšenico in ugotovili, da ima ekološko gojena pšenica večjo koncentracijo bakra, magnezija, mangana, fosforja in cinka (Murphy 2007 v Halweil 2007).

Ekološko kmetijstvo ni vselej bolj hranilno kot konvencionalno, na primer sadež, utrgan še zelen, bo imel manjšo hranilno vrednost, četudi ekološko pridelan, kot konvencionalni, utrgan dozorel. Na hranilno vrednost pa ima vpliv tudi podnebje in rastni pogoji, ki lahko v določenih letinah tudi povišajo hranilno vrednost konvencionalnim pridelkom (Halweil 2007).

Razlika med ekološko in konvencionalno pridelavo žit je sicer manjša, kot je bila ugotovljena za sadje in zelenjavo, ampak vseeno obstaja, še posebej na antioksidativni ravni (Smith 2012). Z manjšimi vnosi pesticidov in kemičnih gnojil ekološko kmetovanje oponaša pogoje naravnega stresa. To spodbuja rastline k proizvodnji široke palete fitokemikalij za zaščito pred temi stresnimi situacijami. Večina teh fitokemikalij ima antioksidativni učinek v človekovem telesu (Smith 2012).

Kakor poročajo v članku *New Evidence Confirms the Nutritional Superiority of Plant-Based Organic Foods* iz leta 2008, kjer so predstavljeni izsledki študije, pripravljene na podlagi stroge in natančne metodologije (analiza vseh recenziranih študij od leta 1980 dalje; v 97 objavljenih študijah so določili 236 »parov« prehrabnih izdelkov, enega iz ekološke in enega iz konvencionalne prehrane), ekološko pridelana hrana v povprečju vsebuje več hranil od konvencionalno pridelane in obrok, sestavljen iz ekološko pridelane hrane, vsebuje za cca 25 % več hranil od primerljivega obroka konvencionalno pridelane hrane. Temu v prid pričajo višje stopnje pomembnih hranil pri ekološko pridelani hrani. Do podobnega zaključka so na *The Organic Center* prišli že leta 2005, čeprav je bilo takrat opravljenih še premalo številu študij, da bi lahko z visoko gotovostjo posplošili trditev. Kljub temu se je že takrat vsebnost določenih hranil (vitamin C, antioksidativni potencial, nitrati, nekateri polifenoli in proteini) konsistentno pojavljala skozi različne študije. Število študij se opazno povečuje in s tem tudi gornji trditvi pridobivata večjo težo, poleg tega pa se izboljšuje tudi sama izvedba teh študij in uporabljena metodologija (Benbrook in drugi 2008).

Večinoma te ugotovitve veljajo za rastline oz. poljedelstvo. Obstajajo pa tudi že raziskave (Clancy v Benbrook 2008; Huber v Benbrook 2008), kjer je bilo ugotovljeno, da tudi živinoreja v skladu z načeli ekološke pridelave prinaša višje hranilne vrednosti v končnih izdelkih: meso, mleko in jajca imajo malo višji nivo proteinov, več nekaterih vitaminov in mineralov in povišano stopnjo omega 3 maščobnih kislin (Benbrook in drugi 2008). V omenjeni študiji so primerjali enajst naslednjih hranilnih vrednosti:

- štiri meritve antioksidantov (fenoli, skupen antioksidativni potencial, kvercetin, kaempferol);
- tri predhodnike ključnih vitaminov (vitamini A, C in E);
- nitrate (visoke vrednosti predstavljajo hranilno pomanjkljivost) in
- skupne proteine.

Ključne ugotovitve: med 236 analiziranimi pari je imela ekološko pridelana hrana višjo hranilno vrednost v 61 % primerih, konvencionalna v 37 %, v 2 % pa ni bilo razlike med njima (Benbrook in drugi 2008).

Leta 2012 objavljen članek v reviji *Annals of Internal Medicine*, *Are Organic Foods Safer or Healthier Than Conventional Alternatives*, pa po drugi strani poroča o pomanjkanju trdnih dokazov, da je ekološko pridelana hrana bolj hranilna od konvencionalno pridelane. Bolj ugotavlja, da potrošnja ekološko pridelane hrane lahko zmanjša izpostavljenost pesticidom in antibiotikom odpornim bakterijam. Analiza, o kateri poroča članek, je sistematični pregled preko dvesto študij od leta 1966 do leta 2011, ki pa so bile precej neenotne, heterogene, omejene v številu in tudi pristranske (Smith-Spangler in ostali 2012). Pri primerjavi vsebnosti vitaminov niso našli večjih razlik med ekološko in konvencionalno pridelavo. Pri ostalih hranilnih vrednostih sta bila pri ekološko pridelani hrani v večji meri prisotna fosfor in fenoli, pri ostalih analiziranih snoveh (npr. kalcij, magnezij, železo, proteini, vlaknine itn.) pa niso ugotovili večjih razlik med ekološko in konvencionalno pridelano hrano. Poročajo tudi o nekaj študijah, ki so preučevale maščobne kisline v mleku, in sicer da ekološko pridelano mleko lahko vsebuje znatno več omega 3 maščobnih kislin, ki so telesu koristne. Podobno naj bi več omega 3 maščobnih kislin vsebovala tudi ekološko pridelana perutnina. Glede vsebnosti proteinov niso našli nobenih razlik med ekološko in konvencionalno pridelavo oz. je bilo na to temo narejenih še premalo raziskav za dokončne zaključke (Smith-Spangler in ostali 2012). Ekološko pridelana hrana ima na podlagi primerjalne študije za 30 % manjšo verjetnost, da je onesnažena z ostanki pesticidov kakor konvencionalno pridelana. Na sicer premajhnem številu študij so ugotovili tudi, da ima ekološko pridelana hrana za 5 % večjo možnost okuženosti s patogenimi sevi

bakterije E. Coli kakor konvencionalno pridelana hrana. Odpornost na antibiotike naj bi bila za 33 % višja pri konvencionalno pridelani hrani, čeprav tudi tu rezultati niso bili statistično značilni. Glede glivičnih okužb in zastrupitev s težkimi kovinami večjih razlik niso našli, razen nivo deoksinivalenola (trihotecenski mikotoksin) naj bi bil pri organsko pridelani hrani nižji (Smith-Spangler in drugi 2012).

Študija *Are Organic Foods Safer or Healthier Than Conventional Alternatives* v bistvu že sama opozarja na pomanjkljivosti pri izvajanju primerjalne analize in opozarja na previdnost pri interpretaciji. Heterogenost vključenih raziskav se kaže v različnih metodah raziskovanja, različnih fizičnih pogojih (npr. vreme, tip zemlje, kultivar itn.) in različnih praks ekološke pridelave, ki se po različnih državah po svetu razlikujejo (Smith-Spangler in ostali 2012). Še istega leta, oktobra 2012, je avstrijski FiBL<sup>6</sup> objavil mnenje na zgoraj predstavljeno študijo in tudi opozoril na pomanjkljivosti oz. napake te študije. Velimirov in Lindenthal očitata Stanfordovi raziskavi, da pomanjkanje dokazov o prednostih ekološko pridelane hrane ni v skladu z rezultati ostalih meta analiz, da so ignorirali izsledke osnovnih raziskav in da je metodološko pomanjkljiva (Velimirov in Lindenthal 2012). Ekološko pridelana hrana naj ne bi imela samo 30 % manjšo verjetnost, da je onesnažena s pesticidi, ampak naj bi bila ta verjetnost višja, kar 81 % (Benbrook v Velimirov in Lindenthal 2012). Na splošno raziskavi očitajo pomanjkanje strogosti, površnost in v nekaterih primerih neupravičeno, celo pristransko interpretacijo rezultatov. Predvsem neposredno trdijo, da so konvencionalno pridelani izdelki enako zdravi in varni kot ekološko pridelani in to je bil tudi val, ki so ga ujeli nekateri mediji in izsledke te študije javnosti predstavljali na tak način. Istočasno z objavo Stanfordove študije so v International Herald Tribune objavili, da je konvencionalno kmetijstvo z visokimi donosi, uporabo kemičnih gnojil, GSO in ostalih industrijskih pristopov nujno, če želimo nahraniti naraščajočo svetovno populacijo. Avtorja pravita, da je obžalovanja vredno, da se s to raziskavo promovira industrijsko kmetovanje, čeprav se sama raziskava sploh ne ukvarja z različnimi načini obdelave, ampak je osredotočena na vpliv hrane na zdravje (Velimirov in Lindenthal 2012).

Ekološka označba na sadju še ne zagotavlja, da to sadje vsebuje več vitamina C od konvencionalnega sadja. Raziskava *Vitamin C in Fruits: Does Organic Make a Difference?* je primerjala ekološke in konvencionalne različice petih vrst sadja: pomaranč, limon, grenivk,

---

<sup>6</sup> FiBL=Forschungsinstitut für biologischen Landbau, Raziskovalni inštitut za ekološkega kmetijstvo, lociran v Švici, Nemčiji in Avstriji, ki je neprofitna organizacija z začetki leta 1973 v Švici.

jagod in kivija. Samo pri pomarančah so odkrili višji nivo vitamina C. Pri grenivki niso našli nobene značilne razlike med obema vrstama pridelave, medtem ko so pa pri jagodah, limoni in kiviju našli celo nižje vrednosti vitamina C kot v konvencionalno pridelani. Avtorji navajajo več dejavnikov, ki lahko vplivajo na vsebnost vitaminov: klimatske razmere, kakovost zemlje, zrelost ploda, ko je bil pobran, dolžina in pogoji shranjevanja, fizične poškodbe, tudi način pridelave. Slednje je še premalo raziskano oz. so dosedanje raziskave precej kontroverzne (Mulukutla in drugi 2015). Na primer, znanstveniki iz Braziliije so dokazali, da ima ekološko pridelano sadje od 30–60 % več vitamina C (Prosser v Mulukutla in drugi 2015), po drugi strani pa že v omenjeni Stanfordovi raziskavi omenjamo, da ni večjih razlik v vsebnosti vitamina C med obema pridelavama (Smith-Spangler in ostali 2012). Ker ostali, zgoraj naštetih dejavniki tudi v tej študiji niso bili v celoti upoštevani in preverjeni, je tudi ta raziskava delno pomanjkljiva in kot taka kliče po še novih raziskavah (Mulukutla in drugi 2015).

Tudi v **Sloveniji** je bila opravljena raziskava razlik med ekološko in integralno pridelavo. Na mariborski Fakulteti za kmetijstvo in biosistemske vede so leta 2009 opravili analizo **jagod** iz obeh vrst pridelave, pri čemer so raziskovali vsebnost mineralov in antioksidativni potencial. V analizo so zajeli štiri sorte ekoloških jagod in jih primerjali z (enakimi sortami) jagod iz integralne pridelave. Rezultati so pokazali, da je na vsebnost mineralov in antioksidativni potencial najbolj vplivala sorta in način pridelave. Ekološko pridelane jagode so imele višji antioksidativni potencial in višjo vrednost bakra, jagode iz integralne pridelave pa so vsebovale več fosforja, kalija, magnezija, železa in mangana. Vse jagode so imele podobno vsebnost železa, kar nakazuje, da njegova vsebnost v jagodah verjetno ni odvisna od sorte. Poudariti je potrebno še, da analizirane sorte jagod niso rasle na istem območju (ekološko pridelane so bile iz Brežic, integralno pridelane pa iz Maribora), zato bi lahko poleg naštetega na razlike v vsebnosti mineralnih snovi in antioksidativnega potenciala vplivalo tudi različno podnebje in različni pogoji v zemlji. Na podlagi tega avtorji raziskave ugotavljajo, da je težko delati zaključke samo na podlagi kmetijske usmeritve (Kristl in drugi 2013).

S povečanim povpraševanjem po ekološko pridelani hrani so se kmalu pojavila tudi nesoglasja glede trditev, da je ekološka hrana hranilnejša, varnejša in boljše za okolje. Mnogim potrošnikom največ pomeni odgovor na vprašanje, ali ima ekološka hrana drugačen okus, torej v primeru, da je treba zanjo plačati več, ali ima boljši okus od konvencionalno pridelane hrane. Z raziskavo, izvedeno leta 2001 v Veliki Britaniji (Leatherhead Food Research Association), ki so jo izvedli s pomočjo senzorične analize in s testiranjem potrošnikov, so želeli potrditi ali

ovreči trditev, da ima »ekološka hrana boljši okus«. Raziskava je po eni strani ugotovila, da je imel ekološko pridelan pomarančni sok res boljši okus od konvencionalno pridelanega; po drugi strani pa udeleženci niso zaznali razlik med ekološko in konvencionalno pridelanim mlekom. Zaradi tega splošna trditev, da ima »ekološka hrana boljši okus«, ne drži; vsak izdelek mora biti analiziran ločeno in šele potem se lahko postavi trditev (Fillion in Arazi 2002).



## 5 TRŽNO KOMUNICIRANJE EKOLOŠKO PRIDELANE HRANE

### 5.1 Opredelitev tržnega komuniciranja

V diplomskem delu v bistvu že ves čas omenjamo trženjski splet ekološko pridelanih izdelkov (tako sam izdelek in njegove lastnosti, kot tudi ceno, prodajne poti in komuniciranje s potrošniki), zato je na mestu, da naše pisanje na kratko teoretiziramo tudi s tega vidika. Po Kotlerju je »trženjski splet niz trženjskih instrumentov, ki jih podjetje uporablja, da sledi svojim trženjskim ciljem na ciljnem trgu (Kotler 1996, 98)«. Trženjski splet je po McCarthyju, kot navaja Kotler, razdeljen v štiri kategorije, v marketinški teoriji znane kot **4P** (product, price, place, promotion), to so **izdelek** (raznolikost izdelkov, kakovost, oblika, lastnosti, blagovna znamka, storitve itn.), **cena** (cena iz cenika, popusti, znižanja itn.), **prodajne poti** (pokritost trga, zaloge, transport itn.) in **tržno komuniciranje** (pospeševanje, oglaševanje, prodajno osebje, odnosi z javnostmi in neposredno trženje) (Kotler 1996, 98). O trženjskem spletu ekološko pridelane hrane bi seveda lahko napisali svojo nalogo tako skozi oči 4P ali tudi 7P, mi pa se bomo osredotočili na tržno komuniciranje, ki s pojavljanjem v medijih oz. javnem prostoru pomembno dopolnjuje komuniciranje oz. poročanje medijev in tako obvešča bralca/gledalca, ki je na koncu dneva tudi potrošnik. Namreč, večino informacij, ki vplivajo na nakupno odločitev, dobi posameznik iz množičnih medijev (Ule in Kline 1996). »Tržno komuniciranje so različne dejavnosti, s katerimi podjetje obvešča o izdelkih in jih promovira na ciljnih trgih (Kotler 1996, 100)«. Cilj tržnega komuniciranja je **menjava** med potrošnikom in organizacijo, dosežena preko komunikacijskih dejavnosti, s katerimi podjetje obvešča, predstavlja, prepričuje in opominja kupce o svoji ponudbi (Podnar 2011). S tržno-komunikacijskimi sredstvi podjetje komunicira oz. predstavlja lastnosti svojih izdelkov in poskuša prepričati ciljno skupino, da jih kupi (Kotler in drugi 1996, 97). Tržno komuniciranje je neizogiben proces, za podjetje sploh ni vprašanje, ali naj komunicira ali ne; vprašanje je samo komu, kdaj in kako (Potočnik 2005).

Po Kotlerju je tržno komuniciranje razdeljeno v pet glavnih kategorij (Kotler 1996, 596–597):

1. **oglaševanje**: Vse plačane oblike neosebne komunikacije, torej predstavitve in promocije zamisli, dobrin ali storitev s strani znanega plačnika.
2. **Neposredno trženje**: komuniciranje z določenimi obstoječimi in možnimi odjemalci po pošti, telefonu ali na drug neoseben način (danes tudi elektronska pošta, mobilni telefoni, op. a.) ter ugotavljanje, kako se odzivajo.

3. **Pospeševanje prodaje:** Kratkoročne dejavnosti za spodbujanje preizkusa ali nakupa izdelkov oziroma storitev.
4. **Odnosi z javnostmi in publiciteta:** razni programi za promocijo in/ali ohranjanje podobe podjetja in izdelkov/storitev.
5. **Osebna prodaja:** Osebni stik z enim ali več možnimi kupci.

**Oglaševanje** je ena izmed oblik človeškega komuniciranja (Ule in Kline 1996). Je niz aktivnosti, ki se odvijajo v vseh vrstah medijev, tiskanih, televizijskih, radijskih, pa na velikih obcestnih panojih, v kinematografih, na raznih led-prikazovalnikih (sploh v večjih mestih), oglašuje lahko že tudi sama embalaža izdelka in še in še. Oglaševalske vsebine so po zakonu oglasi in druge oblike plačanih obvestil, katerih objavo naroči znan naročnik (fizična ali pravna oseba) z namenom pospeševanja pravnega prometa svojih izdelkov, storitev ali podjetja samega, pri čemer mora biti oglaševalska vsebina jasno ločena od programske vsebine medija (Zakon o medijih 2016). Oglaševanje kot *neosebni* javni način sporočanja omogoča doseganje širše množice naslovnikov hkrati, pri čemer oglaševalec večinoma ne dobi odziva. Zaradi narave medijev se oglasno sporočilo lahko večkrat ponovi in s tem zagotavlja se minimalna potrebna frekvenca za doseganje zapomnljivosti sporočila. Večkrat kot se neko sporočilo ponovi, večji priklic ima to sporočilo kasneje pri posamezniku (Ule in Kline 1996). Oglaševanje je lahko splošno, »imidž«, usmerjeno v oblikovanje podobe celotnega podjetja ali pa »produktno« orientirano, usmerjeno v konkretno cenovno ponudbo, ki velja določen čas (Kotler 1996, 615). Pri oglaševanju kot enosmernem toku informacij od tržnika do potrošnika ne samo, da tržnik ne dobi odziva na svoje sporočilo, torej, če je bila informacija sploh sprejeta; informacija je lahko tudi napačno razumljena (Ule in Kline 1996). Tako so, zanimivo, ugotovili, da je napačno razumljenih kar 20 odstotkov tiskanih oglasov, medtem ko naj bi bilo razumevanje televizijskih oglasov še slabše (Jacoby in Hoyer v Ule in Kline 1996, 71). Oglaševanje pa ima tudi nekaj pomanjkljivosti; kljub nizkemu strošku na ciljno osebno je skupni strošek vseeno visok, saj je za uspešno komunikacijo potrebno imeti določen obseg in trajanje oglaševanja, visoki stroški pa lahko to znižujejo (Potočnik 2005).

Pod oblike **neposrednega trženja** sodijo katalogi, neposredna pošta, trženje po telefonu, elektronska prodaja, televizijska prodaja; vsem oblikam pa je skupno, da je sporočilo navadno naslovljeno na naslovnika, je oblikovano »po meri« in je aktualno (Kotler 1996, 615–616). »Cilj neposrednega trženja je ustvariti odzive potencialnih kupcev na sporočila v medijih (Potočnik 2005, 305)«.

Podjetja uporabljajo različne oblike **pospeševanja prodaje** za spodbujanje večje odzivnosti porabnikov. Tu gre za razne kupone, nagradne igre, darila, deljenje vzorcev, sejme in prodajne razstave, predstavitve, znižanja, žrebanja, ki pri porabniku spodbudijo pozornost za nakup in mu hkrati dajejo občutek, da je z nakupom nekaj pridobil, medtem ko na dolgi rok tovrstna orodja ne gradijo lojalnih in zvestih kupcev (Kotler 1996, 615). Če se oglaševanje izvaja redno ali ciklično v določenih delih leta, pa se pospeševanje prodaje lahko uporabi samo kot enkratno, kratkoročen pristop (Potočnik 2005). Velik vpliv na potrošnika ima tudi prodajno mesto, kjer dobi naenkrat veliko informacij, pa tudi sama embalaža je lahko komunikator (Ule in Kline 1996).

»**Stiki z javnostmi ali publiciteta** je neplačana, neosebna oblika komuniciranja o podjetju in njegovih izdelkih, ki poteka prek sredstev javnega obveščanja v obliki novic (Potočnik 2005, 305)«. Odnosi z javnostmi omogočajo visoko prepričljivost informacij, saj so sporočila v obliki novic prepričljivejša in verodostojnejša. Ker so v obliki novic, pridejo do porabnikov na bolj neopazen, recimo temu nevsiljiv način in na tak način predstavljajo podjetje. Sem sodijo tiskovne konference, razni govori, seminarji in revije, kamor se povabi tudi medije, pa letna poročila, dobrodelna darila sponzorstva in drugi dogodki, o čemer mediji poročajo in s čimer ustvarjajo neko verodostojno mnenje (Kotler 1996, 616). Natančno izvedene aktivnosti odnosov z javnostmi lahko pomagajo zgraditi močen profil podjetja/oglaševalca na njegovih ključnih trgih in so pomemben del trženjskega spleta. So velika podpora komunikacijski učinkovitosti, saj med drugim »pripravijo teren« v okolju, kjer se prodaja nek izdelek/storitev (Davies in Moss 2003).

**Osebna prodaja** predstavlja neposredno komunikacijo med prodajalcem, podjetjem in kupcem (Potočnik 2005). Prodajne predstavitve, prodajna srečanja, spodbujevalni programi, deljenje vzorcev, sejmi in prodajne razstave veljajo za najučinkovitejša orodja tržnega komuniciranja, seveda po tem, ko je prvi korak že storilo oglaševanje. Ker gre za osebni stik, obstaja možnost vzajemnega sodelovanja in prilagajanja, možno je opazovati porabnikov odziv, obstaja pa tudi možnost izgradnje globljega, dolgotrajnejšega odnosa (Kotler 1996, 616). Gre za medosebno komunikacijo in ponudnik ima možnost, da dodatno pojasni, razloži svoje sporočilo, torej izdelek ali storitev in ga na tak način naredi še učinkovitejšega (Ule in Kline 1996). Visoka učinkovitost osebne prodaje pa nosi s sabo tudi višji strošek na osebo, saj podjetje oz. prodajalec naenkrat komunicira z majhnim številom kupcev (Potočnik 2005).

Iz tega se lahko navežemo na **model dveh marketinških spleto**v (Jančič 1999). Ni samo ponudnik tisti, ki ima o potrošnikih določeno percepcijo in na podlagi tega oblikuje konkurenčno ceno, razvija izdelke z določenimi lastnostmi, išče primerne distribucijske poti in uporablja premišljene prepričevalne tehnike za plasiranje informacij. Tudi porabnik na drugi strani išče, želi ali zahteva izdelke z določenimi lastnostmi, išče primerno ceno zanje, se odziva na priročnost nakupa ter verjame stvarnim in privlačnim obljubam (Jančič 199, 140–141). Vedno bolj je odnos med ponudnikom in porabnikom večplasten in ne enosmeren, zato se morajo tej situaciji prilagajati tudi pridelovalci in prodajalci ekološko pridelane hrane. Lokalni pridelovalci hrane so že spoznali, da je za porabnikovo pozornost najteže tekmovati s trgovskimi centri. Tako obstajajo določene oblike trženja ekološko pridelane hrane, za katere lahko ugotovimo, da so posledica marketinškega prilagajanja: zeleni zabojčki, ki so lahko dostavljeni tudi na dom, redne ekološke tržnice, sodelovanje kupcev na sami kmetiji, izobraževalne delavnice na kmetiji itn. Ugotavljamo torej, da trg ekološke pridelave, predelave in prodaje z marketinškega vidika ni samo menjalni proces med ponudnikom in porabnikom, ampak z upoštevanjem nove, sodobne vloge potrošnikov vnaša v menjavo osebno noto in osebno odnos.

Vseh pet kategorij tržnega komuniciranja je medsebojno povezanih. Za komuniciranje se lahko uporabi samo eden ali pa splet večih ali kar vseh. Sploh pri slednjem je možnost uspeha večja. Uspešen **tržno-komunikacijski načrt** je sestavljen iz osmih bistvenih korakov. Po definiranju ciljne skupine izdelka ali storitve v prvem koraku se nadalje opredelijo komunikacijski cilji kampanje. V tretjem koraku se oblikuje sporočilo, ki mora imeti učinkovito vsebino, obseg in zgradba pa morata biti prilagojena komunikacijskemu kanalu, katerega izbor je četrti korak oz. sta ta dva koraka medsebojno povezana. Zelo pomemben korak je tudi določitev višine sredstev, ki se razdelijo med različna komunikacijska sredstva, odvisno od narave izdelka in zelenih ciljev. V sedmem koraku se izmeri učinkovitost promocije, kjer nas zanima percepcija našega sporočila oz. izdelka/storitve. Na koncu je seveda zelo pomembno dosledno, časovno usklajeno in ekonomično upravljanje celotnega procesa, znano kot integrirano tržno komuniciranje (Kotler 1996; Potočnik 2005).

Negativna plat tržnega komuniciranja se danes kaže v **preobilju** komunikacij. Največ kritik se nanaša predvsem na to, da je promocijskih aktivnosti enostavno preveč, da so podjetja v njih pripravljena povedati karkoli, samo da bi prodala svoj izdelek, da (pretirano) tržno

komuniciranje vodi v nakup izdelkov, ki jih ne potrebujemo in da se z obsežnim komuniciranjem zvišuje cena izdelkom (Potočnik 2005). Kakorkoli, tržno komuniciranje ostaja še naprej pomemben del trženjskega spleta. Spreminja pa se svet, ljudje in njihove življenjske navade ter stili, spreminjajo se medijski kanali in spreminja se percepcija znamk. Zato je še kako pomembno sledenje **trendom**. »Če poznamo trende in jih znamo med seboj povezati, lahko predvidimo prihodnje dogodke, kar je za upravljanje znamk zelo koristno (Tuškej 2015, 317)«. Po Dawkinsu je trend »ideja, obnašanje ali stil, ki se deli med ljudmi znotraj enega kulturnega prostora« (Dawkins v Tuškej 2015, 323). Tudi pridelava in poraba ekološke hrane je neke vrste trend, ki ga prepoznavajo poleg samih pridelovalcev tudi velike trgovine in s tem ustvarjajo vedno večjo konkurenco. Še posebej v času recesije beležimo v Sloveniji precej povečan obisk diskontnih trgovin, ki ponujajo trgu nižjo ceno izdelkov. Po podatkih Mediane TGI se je obisk diskontnih trgovin iz leta 2007 do prve polovice leta 2013 povečal iz 29 odstotkov na 67 odstotkov (Mediana TGI v Tuškej 2015, 86–87). Danes, ko se piše leto 2016, pa lahko s prehodom skozi diskontno trgovino (ali veletrgovino) opazimo že široko ponudbo ekološko pridelane hrane, česar seveda pred nekaj leta še ni bilo. Porabnike ekološko pridelane hrane bi tako recimo lahko umestili znotraj aktualnega trenda LOHAS (akronim za Lifestyles Of Health And Sustainability), ki, kot piše Solomon, predstavlja vse tiste porabnike, ki jim je mar za okolje ter želijo kupovati in uporabljati izdelke iz trajnostne proizvodnje. Lohas predstavniki predstavljajo širok trg za produkte, kot so ekološko pridelana hrana, energetske učinkovite naprave (npr. hibridni avtomobili), pa eko turizem, alternativna zdravljenja itn. (Solomon 2009). Podjetja so torej danes podstavljena pred nalogo razvoja in proizvodnje takih produktov, ki zadovoljujejo ekološko osveščenega potrošnika (Vuk 2000).

## 5.2 Trženjski splet in ekološko pridelana hrana

Najprej razdelajmo tržni segment ekološko pridelane hrane skozi teorijo **4P**. Izdelek, to je **ekološki produkt**, je produkt, ki je proizveden na način, da čim manj obremenjuje okolje, omogoča ekološko rabo in takšno odstranitev ob koncu življenjske dobe, ki ne povzroča ekoloških problemov (Vuk 2000). O podrobnih lastnostih ekološkega produkta, prednostih ali slabostih, pišemo veliko že v ostalih delih diplomskega dela, na tem mestu izpostavljam **kakovost**. »Narava kmetijske pridelave narekuje različno kakovost proizvodov, zato je ponujena kakovost izdelkov s kmetije ključnega pomena (Kulovec in drugi 2002, 25)«. Kakovost je pot do uspeha, kupci si je želijo in so zanjo pripravljeni odšteti več denarja (Vrečko

2006). Kmetija, še posebej ekološko usmerjena, mora skrbeti, da kupcu ponuja čim višjo in stalno kakovost izdelkov (Kulovec in drugi 2002). S kakovostjo ekološko pridelanih izdelkov je seveda tesno povezano njihovo **označevanje**. Ekološke oznake so kmetiji podeljene na podlagi strogih predpisov in s tem tudi zagotavljajo neoporečnost ekološke pridelave. Z ekološko označbo proizvajalci konkurirajo produktom iz iste skupine (Vuk 2000). Po drugi strani pa sama označenost (ekološkega) kmetijskega pridelka daje kmetiji osnovno prepoznavnost in informacijo, kam se vrniti po želen izdelek (Kulovec in drugi 2002). V okviru produkta je pomembna tudi **embalaža**. Le-ta izpolnjuje več funkcij, v osnovi varuje izdelek med transportom, ohranja njegovo kakovost in olajša prodajo (Kulovec in drugi 2002). Vendar embalaža predvsem pomaga prodati izdelek (Vrečko 2006). Prilagaja se tudi cenovnemu razredu nekega produkta, tako je za cenejše izdelke preprostejša, medtem ko je za izdelke iz višjih cenovnih razredov lahko cenovno in oblikovalsko zahtevnejša (Kulovec in drugi 2002). Ekološko pridelani izdelki so še posebej občutljiva tema kar se tiče embalaže. Je že res, da si kakovostni izdelki zaslužijo kakovostno embalažo (Vrečko 2006), a nekako nima smisla prodajati izdelek iz trajnostne pridelave v embalaži, ki ni trajnostna. Eden od počasi naraščajočih trendov v svetu in tudi že pri nas so trgovine, ki prodajajo hrano brez embalaže. Kupec prinese embalažo od doma in kupi toliko, kot potrebuje. Še bolj radikalne pa so ideje o embalaži, ki jo je možno zaužiti. Gre za okolju prijazno embalažo, ki je izdelana iz rastlinskih sestavin in je tako užitna kot biorazgradljiva, njen okus pa se prilagaja vsebini (Uršič 2013).

Tudi glede **cene ekološko pridelane hrane** smo v naši diplomski nalogi že prišli do ugotovitev, da je dražja od svojih konvencionalnih substitutov, kar je lahko zaviralni dejavnik pri prodaji. Cena je edini del tržnega spleta, ki daje dobiček, za ostale tri velja, da ustvarjajo stroške. Vendar bo cena dajala prihodek le, če bodo vsi štirje elementi trženjskega spleta primerno medsebojno vodeni (Kulovec in drugi 2002). Za določanje primerne cene je potrebno oceniti kupčevo pripravljenost za nakup, oceniti stroške ter preučiti konkurenco (Kulovec in drugi 2002). Višja cena je za mnoge kupce znak višje kakovosti oz. je obratno nizka cena lahko znak, da se prodaja slabo blago (Vrečko 2006). Zdi se, da ekološki pridelovalci danes najtežje konkurirajo velikim trgovskim družbam, ki imajo nižje cene že zaradi svoje velikosti (Vrečko 2006). Konkurenčni pa trgovci niso več samo s konvencionalno pridelani pridelki, ampak vedno bolj tudi z bio izdelki; za nekatere imajo celo svoje trgovinske znamke. Nizka cena teh izdelkov je seveda posledica uvoza iz ostalih držav Evrope in izven Evrope (npr. Južna Amerika), kjer so obdelovalne površine večje, ekološki kmetovalci pa združeni v velika podjetja (Lončar 2010). Slovenija ima premalo ekoloških pridelovalnih površin, da bi zadostila vedno večjemu

povpraševanju po ekološko pridelani hrani. S kupovanjem uvožene, cenejše, pa smo spet nazaj pri kakovosti, o kateri smo pisali v prejšnjem odstavku in na drugih mestih diplomskega dela, ko smo ugotavljali, da kakovost med drugim pada tudi s transportom. Cena je hitro prilagodljiv del trženjskega spleta (Kulovec in drugi 2002) in možno jo je prilagoditi na različne načine, ne samo z nižanjem, ampak tudi z dodatnimi storitvami, npr. dostava na dom (Vrečko 2006).

Kako zelo so elementi trženjskega spleta med seboj povezani, lahko izpeljemo tudi iz zadnje ugotovitve – dostava na dom ne samo niža ceno oz. ponuja kupcu dodatno vrednost, ampak je tudi ena od oblik **prodajnih poti ekološko pridelanih izdelkov**. Pridelovalci imajo na izbiro posredno in neposredno obliko prodaje svojih izdelkov. **Posredna** prodaja poteka prek predelovalne industrije, zadrug, trgovcev itn., torej se s prodajo kmetje sami ne ukvarjajo. Pri **neposrednih** prodajnih poteh pa imajo kmetje dve možnosti: *1. Pritegnejo kupce na kmetijo* (turizem na kmetiji – eko turizem, vinotoč, osmice, prodaja na pragu, prodaja neposredno kupcem) in *2. Proizvod pripeljejo v neposredno bližino kupcev* (sejmi, tržnice – v Sloveniji imamo kar nekaj stalnih eko tržnic, dostava na dom, prodaja od vrat do vrat, prodaja po pošti, prodaja preko interneta – vedno bolj v porastu, npr. Zeleni zabojček) (Kulovec in drugi 2002; Vrečko 2006). Na izbiro prodajne poti vpliva lega kmetije, vrsta proizvoda, ki se prodaja (npr. hitra pokvarljivost), upoštevanje stroška poti, nenazadnje pa tudi osebne lastnosti pridelovalca – prodajalca in njegova sposobnost prilagajanja tržnim razmeram (Kulovec in drugi 2002).

S pridelavo kakovostnega ekološkega izdelka, ustrezne embalaže, oblikovanjem primerne cene in izborom najboljše prodajne poti pa se seveda zgodba šele začne. Vse to je potrebno zapakirati še v smiselno razumljivo sporočilo in ga prek ustreznih kanalov prenesti do kupca. **Tržno komuniciranje oz. promocija ekološko pridelane hrane** je danes vsekakor zahtevna naloga in velik izziv.

Za **oglaševanje** se kmetije redko odločajo, saj je strošek oglaševanja zanje velikokrat previsok. Najpogosteje se kmetije oglašujejo *združene* v organizacijah in taka združena oblika promocije je cenejša za posameznike, hkrati pa ima večji učinek pri obveščanju porabnikov (Kulovec in drugi 2002). Združevanje je tudi neke vrste prilagajanje današnjemu hitremu tempu potrošnika, s povezovanjem je večja tudi informiranost in izmenjava izkušenj (Alič in drugi 2015). Tu je samo nekaj primerov dobrih praks uspešnega združevanja na naših tleh: Zadruga Dobrina z. o. o. - [www.zadruga-dobrina.si](http://www.zadruga-dobrina.si), Eko Podeželje z. o. o. – [www.eko-podezelje.si](http://www.eko-podezelje.si), Kmetijska

Zadruga Šaleška dolina – [www.ekodar.si](http://www.ekodar.si), Kmetijska Zadruga Rače – [www.kz-race.si/sl/aktualno](http://www.kz-race.si/sl/aktualno), Vila Natura – [www.vila-natura.si](http://www.vila-natura.si), GIZ Eko Krepko Logatec – [www.giz-ekokrepko.si](http://www.giz-ekokrepko.si), Zadruga Jarina z. o. o. – [www.jarina.si](http://www.jarina.si), SPES Slovenski pridelovalci ekološkega sadja, DEŽ Društvo ekoloških žitarjev, Sodelovanje dveh ekoloških kmetij Kosec in Zadravec – [www.ekomeso.si](http://www.ekomeso.si) (Alič in drugi 2015). *Posamezna* kmetija se odloči za oglaševanje, ko želi kupce na hitro obvestiti o neki ponudbi ali pa za kratkoročno spodbujanje nakupov (otvoritve, razstave, dnevi odprtih vrat, sezonsko oglaševanje itn.) (Kulovec in drugi 2002). Pri tem je smotno upoštevati določena pravila, recimo čas oglaševanja, ki je različen zaradi sezonske narave pridelkov in območje oglaševanja, ki se lahko omeji na lokalno področje z lokalnim izborom medijev ali pa tudi širše, saj so po navedbah določenih avtorjev potrošniki ekološko pridelane hrane pripravljani priti tudi od daleč ter tudi število ponovitev oglasa in jasnost sporočila (Vrečko 2006). Za lokalno oglaševanje so primerni predvsem lokalni časopis, lokalni radio in lokalna televizija ali skrbno izbrani veliki obcestni plakati. Oglaševanje na televiziji in v tiskanih ali radijskih medijih z nacionalno pokritostjo je dražje, najpogosteje pa se uporabi pri zgoraj omenjenih združevanjih moči. Danes ne gre izpustiti elektronskih medijev – če te ni na internetu, ne obstajaš (Vrečko 2006). Spletni nastop je zelo pomemben in nepogrešljiv, saj se na spletu nahajajo skoraj vsi potencialni kupci (Bizilj 2013).

Tudi pridelovalec ali prodajalec ekološko pridelane hrane lahko uporablja prijeme **neposrednega trženja**. Predvsem pride to v poštev, ko svojo bazo kupcev obvešča o pričetku nove sezone nekega pridelka (npr. sezona jagod ali špargljev, ki je spomladi, ali sezona jabolk, ki je jeseni, itn.), svojo pisno (oz. elektronsko) informacijo pa lahko podkrepi tudi s telefonskim klicem (Potočnik 2005; Vrečko 2006). Tudi tu mora biti sporočilo jasno in takšno, da pritegne kupca takoj (Ule in Kline 1996; Vrečko 2006).

**Odnosi z javnostmi** so za ekološkega pridelovalca ali prodajalca velikega pomena. Ravno zaradi nizkih sredstev, namenjenih oglaševanju, je po navadi to hitrejši in bolj učinkovit način zanje, da svojo ponudbo predstavijo porabniku. Publiciteta v medijih daje visoko kredibilnost njihovemu produktu in celotni (ekološko usmerjeni) kmetiji in na koncu dneva tudi panogi (Kulovec in ostali 2002). Z ustvarjanjem »dogodkov«, ki so zanimivi za javnost, kmetija pritegne medije in obiskovalce. Ključ uspeha leži v tem, da imajo od obiska *korist* vse udeležene stranke (Vrečko 2006). Tu ima ekološka kmetija široke možnosti : lahko ponuja obisk in ogled kmetije, lahko organizira dneve odprtih vrat, odprtje novih prostorov (npr. kozolcev, repnic), praznuje se lahko jubilej kmetije ali pa organizira družabni večer za stalne goste, priredijo lahko



pokušine letine, izvedejo lahko izobraževanja in tečaje (npr. priprava biodinamičnih pripravkov itn.), sem spada tudi razstavljanje na sejmi in še in še (delno povzeto po Kulovec 2002).

S **pospeševanjem prodaje** se na ekološko usmerjeni kmetiji stremi k *povečanju prodajne sposobnosti* obstoječih prodajnih poti, k utrjevanju položaja kmetije pri kupcih in k pridobivanju novih porabnikov za nakup pridelkov. Učinki pospeševanja prodaje so navadno *kratkotrajni* in ne pripomorejo k dolgoročni zvestobi kupcev (Kulovec 2002). Primeri: akcijska prodaja, nagrade, nagrade stalnim strankam, sejmi, razstave, predstavitve, degustacije, demonstracije, kupni, vzorci, posebni popusti, predstavitve nagrajenih izdelkov, priloženi recepti, urejeno prodajno mesto, odlog plačila, zabavne prireditve, »dobra vaga«, vezana prodaja itn. (Kulovec 2002; Potočnik 2005; Vrečko 2006).

Pri **osebni prodaji** gre, kot smo že povedali, za *neposreden stik* med prodajalcem in kupcem, torej v našem primeru med ekološkim pridelovalcem/prodajalcem in ekološko osveščenim potrošnikom. Osebna prodaja se največkrat izkorišča pri neposredni prodaji, delno pa tudi pri posredni. S tem, ko prodajalec naveže stik s kupcem, mu izdelek tudi strokovno predstavi, pojasni, kako je bil pridelan, predlaga načine priprave in uživanja (npr. recepti), omogoči se lahko tudi pokušina. Z osebnim stikom ustvarjamo lojalnega kupca (Kulovec 2002; Vrečko 2006). Kje vse pride do izraza osebni stik, je prikazano v tabeli št. 5.1, kjer so prikazani pogoji, prednosti, pomanjkljivosti in vrsta kmetije glede na neposredne ali posredne prodajne poti; še en dokaz, kako zelo so elementi trženjskega spleta medsebojno povezani.

Tabela 5.1: Primerjava neposrednih in posrednih prodajnih poti ekološko usmerjene kmetije

	Neposredne prodajne poti			Posredne prodajne poti	
	Na domu	Na tržnici	Po pošti, prek spleta, zabojčki	Regionalna prodaja v trgovine, restavracije, hotele, javne zavode	Prodaja trgovskim verigam, grosistom, distributerjem
<b>Pogoji</b>	bližina kupcev; veselje do stika s kupci; dogovor z drugimi kmetijami; prodajalna na kmetiji	potreben širok sortiment izdelkov; veselje do stika s kupci; redno pojavljanje na tržnici	poiskati stranke; postopna komunikacija; komunikacija preko medijev	dovolj velik sortiment izdelkov; zanimive specialitete; vrhunska kakovost; dober servis za oskrbo	večje količine istovrstnih pridelkov oz. živil
<b>Prednosti</b>	stik s potrošnikom; višje cene; zaupanje potrošnikov; finančna likvidnost; večja neodvisnost	stik s kupci; višje cene; večja likvidnost	pokritje večjega območja; oddaljenost kmetije od kupcev ni pomembna	stik z odjemalci; dogovor o količinah že vnaprej	večje količine; redno povpraševanje; možen odvoz pridelkov dvorišča s strani kupcev
<b>Pomankljivosti</b>	velika poraba časa za prodajo; večji sortiment; potrebni so ustrezni skladiščni prostori; promet na dvorišču	potrebna oprema; potreben čas za prodajo; prodajni in transportni stroški; potrebno skladišče; konkurenca	zahteva več administrativnih del za dogovore; čas za pripravo paketov oz. zabojčkov	nižje prodajne cene; potrebna je redna in zanesljiva dobava; v času dopustov je prodaja manjša	ni potreben stik s končnimi potrošniki; odvisnost od veletrgovine; nižje prodajne cene
<b>Primerne kmetije</b>	zelenjadarske; sadjarske; mešane; živinorejske s predelavo na domu	sadjarske; zelenjadarske	kmetije s posebnimi pridelki (npr. zeliščarske); zelenjadarske; živinorejske	mešane kmetije; kmetije s specialnimi kulturami; skupine pridelovalcev	primerno za vse tipe kmetij

Vir: Alič in drugi (2015, 7).

Na koncu bomo omenili še »**kmetovanje s podporo skupnosti**« (Community Supported Agriculture – CSA), marketinško strategijo, rojeno leta 1985 v Ameriki. Pomeni povezovanje pridelovalca in kupca na način, da v bistvu postane kupec na začetku pridelovalne sezone neke vrste »delničar« in potem skozi celo sezono dobiva od kmetije pridelke, kakor pač zrastejo. S tem se skrajša pot od pridelovalca do kupca, kupec podpre pridelovalca vnaprej, riziko neuspešnosti pa nosita oba. Kupci so lahko le naročniki, lahko pa celo sooblikujejo sortiman pred setvijo (Brown in Miller 2008). Gre torej za zelo osebni stik, pri katerem ima pridelovalec zagotovljeno stranko, kupec pa stoddostno sledljivost izdelkov, ki jih kupi po nižji ceni od tržne.

### 5.3 Tržno komuniciranje ekološko usmerjenih kmetij v praksi

V zadnjem poglavju diplomske naloge predstavljamo rezultate analize vsebine poročanja slovenskih medijev o prednostih (ali slabostih) ekološko pridelane hrane, na tem mestu pa nas na kratko zanima, kakšno je bilo tržno komuniciranje ekološko pridelane hrane v izbranih medijih v obdobju od leta 2010 do 2013. Za analizo vsebine v zadnjem poglavju so bili izbrani mediji Delo, Jana, Rtv slo in Aktivni in v teh medijih smo poskušali poiskati tudi zastopanost

po kategorijah tržnega komuniciranja v tem času. Tržno komuniciranje v medijih in novinarsko poročanje medijev skupaj sooblikujeta obravnavano tematiko in se medsebojno dopolnjujeta oz. je kupec ali bralec informiran iz obojega.

Izbrani mediji imajo nacionalno pokritost in širok doseg, zato velikega števila oglasnih sporočil ni pričakovati, kar smo ugotovili že v gornjih teoretičnih ugotovitvah. Prav tako velja opozoriti, da na internetnih medijih oglasi za tako daleč nazaj niso več aktivni. Svoje iskanje smo tako glede oglasov osredotočili na Delo in Jano. Ugotovili smo, da je bilo v Delu zelo malo oglasov na to temo, v Jani več, spet pa ne toliko, kot je zaznati oglaševanja za druge vrste hrane. Kakorkoli, umestitev oglaševanja ekološko pridelane hrane v Jano ocenjujemo kot smotrno, saj sodi Jana med družinske in tudi bolj ženske revije, iz nekaterih raziskav pa smo že postregli s podatkom, da ženske pogosteje kupujejo ekološko pridelano hrano ali pa pogosteje skrbijo za gospodinjstvo in prehrano družine kot moški (Dahm in drugi 2009; Gabrijelčič Blenkuš in drugi 2009; Davies in drugi 1995). Poleg tega je revija Jana tednik, torej ima oglas na tak način malo daljšo življenjsko dobo. Malo število oglasov, še posebej v Delu, pa komentiramo predvsem s stroškovnega vidika: oglaševanje v medijih širokega dosega je res drago in nekaterim manjšim pridelovalcem ali trgovcem nedostopno. Poleg tega je Delo dnevnik in je čas trajanja oglasa zelo kratek.

Oglase posameznih ekoloških pridelovalcev je težko najti, najdemo pa oglaševanje nekaterih trgovcev in njihovih bio linij (Slika 5.1), nekateri trgovci pa eko izdelke umestijo v oglas med ostale iz konvencionalne pridelave, tak primer smo našli v Delu za Hoferjev oglas (Slika 5.2).

Slika 5.1: Primer oglasa Bio linije v Mercatorju



Vir: Jana (2011, 27. september).

Slika 5.2: Hoferjev oglas za bio in ostalo



Vir: Delo (2010, 30. avgust).

Precej pogosto je tudi oglaševanje specializiranih trgovin z ekološko pridelano hrano, na primer Kalček, Vita Care, Biobrazda (Slika 5.3).

Slika 5.3: Oglaševanje trgovine Kalček



Vir: Jana (2011, 6. december).

Kot je že v teoriji omenjeno, z združevanjem in sodelovanjem več kmetij skupaj pridejo posamezne kmetije lažje do oglasnega prostora, saj se tako nižajo stroški. Našli smo tudi primere takega oglaševanja (Slika 5.4).

Slika 5.4: Primer oglaševanja Mlekarnе Vipava



Vir: Jana (2012, 8. maj).

Manj oglaševanja lahko poleg že naštetih razlogov v teoretičnem delu pripišemo tudi gospodarski krizi, oglasi so manjši, nekateri redni oglaševalci, smo opazili, pa dobijo tudi dodatno še nekaj prostora v obliki novičk (Slika 5.5).

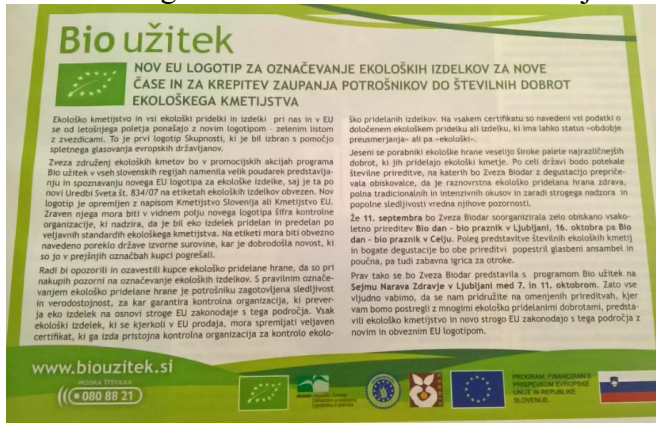
Slika 5.5: Primer novičke za oglaševalca Mercator



Vir: Jana (2012, 6. marec).

Svoj delež oglaševanja ekološko pridelane prehrane prispevajo tudi državni organi, našli smo oglas s strani Ministrstva za kmetijstvo, gospodarstvo in prehrano, ki je preko oglasa obveščalo javnost o uvedbi nove eko označbe (Slika 5.6).

Slika 5.6: Oglas s strani Ministrstva za kmetijstvo ob uvedbi nove eko označbe



Vir: Jana (2010, 7. september).

Najpogostejši so primeri iz kategorije odnosov z javnostmi. Največkrat gre v medijih za predstavitev določene ekološko usmerjene kmetije ali kmetovalca, ki je edinstven zaradi ozke usmerjenosti pridelave, ali pa ker je začetnik določene pridelave v Sloveniji. Tu torej posamezni pridelovalci le pridejo do medijske izpostavitve. Medijsko so zelo dobro pokriti tudi razni dogodki in izobraževanja na ekoloških kmetijah. Največ publicitete na tak način smo našli v Jani, pa tudi v Delu in na Rtv slo. Tako lahko na primer izvemo na straneh Rtv slo, da so le na Sromljah na voljo prve ekopotrvi, v članku o njih je podrobno in z veliko mero pozitivne publicitete predstavljena lokalna ekološka ribogojnica (Rovan 2014). Na straneh Dela lahko preberemo, da si na ekološki kmetiji Pri Plajerju v Trenti z ekološkim kmetovanjem prizadevajo zajezi zaraščanje doline in oživiti turizem (Priatelj 2011a), ali pa najdemo članek, ki predstavlja človeka, ki je prvi v Sloveniji ustanovil trgovino z ekološko pridelanimi živili (Kalček), ki se je v času pisanja preselila še na internet (Ekošara) (Priatelj 2013a). Tudi v Jani veliko predstavljajo ekološko umerjene kmetije. Na primer, predstavljena je turistično-ekološka kmetija in sirarstvo iz Dola pri Starem trgu ob Kolpi, ki je novinarsko pozornost verjetno pritegnila tudi zaradi nagrajenih kulinaričnih dobrot (Čermak 2011b), pa edina biodinamična sirarna pri nas, ki se nahaja v Podlipovici pri Izlakah in deluje po strogih biodinamičnih načelih z upoštevanjem naravnih in energijskih ciklov ter brez kemičnih sredstev (Ucman 2012b), piše se tudi o pionirju med slovenskimi ekološkimi kmeti, Primožu Krišelju (Božič 2010) ali pa se predstavljajo različna združenja ekoloških kmetov, npr. zadruga Dobrina (Ogrinec 2013).

Ostalih treh kategorij tržnega komuniciranja, osebne prodaje, pospeševanja prodaje in neposrednega trženja v omenjenih medijih nismo zasledili.

## 6 MEDIJSKA POTROŠNJA IN EKOLOŠKO PRIDELANA HRANA

Najpomembnejša vloga medijev je, da oskrbujejo ljudi z informacijami (Erjavec in Poler Kovačič 2007). Množični mediji posredujejo kopico različnih informacij o aktualnih temah, na podlagi katerih kateri si bralci oz. potrošniki, ustvarjajo svoje mnenje (Encabo v Erjavec in Poler Kovačič 2007). Da ima uporaba jezika družbene posledice, je tudi ena osnovnih domnev diskurzivne analize (Uršič 2008), kateri se tu sicer ne bomo posvečali.

»Javna občila pogosto objavljajo članke ali teste o izdelkih ali skupinah izdelkov, ki so lahko potrošnikom v veliko pomoč pri zbiranju nakupnih informacij (Ule in Kline 1996, 235). Mediji torej tako skozi tržno komuniciranje kot novinarsko sporočanje posredujejo informacije.

### 6.1 Medijska potrošnja

Hrana je postala del sodobne popularne kulture, predstavlja določene življenjske stile (Tomlinson v Bell in Valentine 1997) in je znak družbenega položaja (Bourdieu v Bell in Valentine 1997). Da je hrana tako zelo popularna, priča veliko število televizijskih oddaj ali specializiranih časopisov, revij, ki se ukvarjajo samo s predstavljanjem hrane, na tak ali drugačen način (Bell in Valentine, 1997). Kakorkoli, tudi sami opažamo, da hrana zavzema velik del medijskega prostora. Ekološko pridelana hrana se v zadnjih dvajsetih letih, odkar imamo v Sloveniji prisotno (naraščajoče) ekološko kmetijstvo, pojavlja v medijih, saj predstavlja različne (pomembne) vidike: pozitiven odnos do narave v smislu kmetovanja; sila uspešna potrošniška niša in kot taka del ekonomije; dobrobit za človeka in njegovo zdravje itn.

Po besedah Uletove, potrošniška družba in kultura nista samo »orodji zadovoljitve želja«, ampak sta v enaki meri tudi ustvarjalca človeških želja (Ule in Kline 1996). Se pravi, gre za vzajemen proces, potrošnik ustvari pri sebi neko željo, ker vidi, kaj se dogaja v družbi in obratno, ustvarja se zadovoljevanje nekih želja, ker se ve, da le-te obstajajo. Od kod torej želja po nakupu ekološko pridelanih prehranskih izdelkih? Najbrž ima nezanemarljiv vpliv k nastanku te želje velika ozaveščenost določenih proaktivnih posameznikov na tem področju. Prav tako k temu najbrž prispeva tudi država, ki z ostro določenimi standardi sploh daje določenim proizvajalcem pravico, da se okitijo z nazivom »ekološki«. In če se povrnemo na gornjo definicijo Uletove, najbrž že sami izdelki z »eko« in »bio« oznakami vzbujajo željo po njih samih, saj obljublajo več, obljublajo večjo kakovost. Tega začaranega kroga, kaj je bilo prej, kokoš ali jajce, se trgovci še kako dobro zavedajo. Velika nevarnost, ki se nam kot ne

dovolj ozaveščenim potrošnikom lahko zgodi, je ravno ta, da »pademo« na lažno ustvarjanje vtisa ekološkega (naravno, domače, z vrta ...).

Za izdelke z »eko« in »bio« oznakami bi lahko rekli tudi, da so lep primer neke »**potrošniške folklore**«. Gre za celoto prepričanj, zgodb, razgovorov, informacij o različnih potrošniških produktih in storitvah, ki krožijo v določenem času v neki družbi med ljudmi. Potrošniška folklor sega od natančnih informacij do povsem netočnih in bizarnih verovanj, mitov in govoric. V njej se skrivajo jedra resnice in starih modrosti, ki so se podedovale iz roda v rod ter najnovejše, strokovno preverjene informacije (Ule in Kline 1996). O eko izdelkih se veliko govori, sploh po neformalnih kanalih komuniciranja, med ljudmi samimi. Zato je socialni, družbeni kontekst v našem primeru izredno pomemben, saj tu nastaja želja in se krepi. Glede na predvidevaje, da je trg ekološko pridelanih izdelkov eden takih, ki ustvarja takšne ali drugačne govorice, menimo, da je poznavanje vloge govoric (pozitivnih ali negativnih) zelo pomembno za uspešno tržno komuniciranje ekološko pridelane hrane.

Zavedati se moramo, da nakup določenega izdelka ali storitve ne prinese samo predmeta samega, ampak vsebuje tudi apel k določenim življenjskim stilom. Z nakupom takega izdelka kupimo zraven še določen družben kontekst, določen imidž, ki ga morda želimo živeti, ki je trenutno popularen. Leiss in sodelavci to imenujejo **moderni totemizem** (Leiss in sodelavci v Ule in Kline 1996, 257).

Za diplomsko nalogo, v kateri se bomo v nadaljevanju v raziskovalnem delu ukvarjali z analizo medijskega poročanja o prednostih ekološko pridelane hrane, je zanimivo pogledati še odgovore iz SJM 99/2 na vprašanje, katerim informacijam ljudje najbolj zaupajo. Vprašani so bili, komu zaupajo glede resničnosti okoljskih informacij o vzrokih onesnaženja, ampak ker je tudi to področje del ekološke/okoljske etike, kot jo opisujem v drugem poglavju, navajam na tem mestu tudi te podatke, da se dobi občutek, kakšna je stopnja zaupanja informacijam iz medijev nasproti ostalim akterjem javnega mnenja. Zaupanje medijem se znajde na sredini lestvice (radiu in televiziji zaupa 78,6 % vprašanih, časopisom pa 71,2 %), medtem ko so najvišje na lestvici zaupanja strokovnjaki z univerz, torej znanstveniki (85,8 %) in okoljevarstvene skupine (83,5 %), najnižje pa vladne službe (52,4 %), povsem na koncu pa podjetja in industrija (z 32,2 % zaupanjem) (SJM 99/2 v Kirn 2004, 258).



## 6.2 Analiza vsebine

Za empirični del diplomske naloge smo izbrali kvalitativno raziskovalno metodo, in sicer analizo vsebine slovenskih medijev, ki so pisali o ekološko pridelani hrani ali o temah, neposredno povezanih z njo. Pri kvalitativni analizi vsebine je v ospredju ugotavljanje pomena sporočila (Flere 2000, 94) in je kot taka ravno pravšnja iskanje odgovorov na naša raziskovalna vprašanja. Analiza vsebine je definirana kot neštevilčen pregled večje količine podatkov in omogoča strukturiranje teh podatkov v razumljiv povzetek (Babbie 2007 v Roblek 2009; Bryman in Bell 2003 v Roblek 2009). »V kvalitativni analizi je pomembna selekcija in racionalna ureditev kategorij, kot so strnjeni bistveni pomeni v danem tekstu, z namenom, da bi preskusili ustrezne domneve in hipoteze« (Splichal 1973, 93).

Za pomoč pri izpeljavi vsebine analize smo si pomagali z ravnokar omenjeno strokovno literaturo, prebrali pa smo tudi nekaj že narejenih primerov analiz vsebine. Omenili bi *Ženske v pogovornih oddajah slovenskih televizij* (Čepič 2007) in znanstveni članek *Problem popularizacije strokovnih besedil: analiza medijskih diskurzov o ljubljanskem urbanizmu* (Uršič 2008), na kateri smo se na trenutke rahlo naslonili, predvsem v pomoč pri kodiranju ter pri oblikovanju tem in kategorij.

Pri kvalitativni analizi medijskega poročanja smo se osredotočili na članke, ki so pisali o ekološko pridelani hrani in njenih prednostih/slabostih v primerjavi s konvencionalno pridelano hrano. Zanimalo nas je predvsem, katere prednosti ali slabosti navajajo slovenski mediji o tej vrsti hrane in kako poročajo o njenih izstopajočih ali neizstopajočih hranilnih vrednostih. Kvalitativna analiza vsebine medijskih člankov je bila sestavljena iz kodiranja, tematiziranja in kategoriziranja. Ugotovitve smo sintetizirali tudi v primerjalnem tabelnem ali grafičnem prikazu, večji del pa povzemamo opisno.

Prvi del naše analize je zajemalo opredelitev obdobja in izbor medijev. Nato je sledil podroben pregled vseh izdaj omenjenih medijev v tem času in nabor vseh (oz. večine) člankov na temo ekološko pridelane hrane. Oglasnih sporočil v obliki novinarskega prispevka nismo vključili v analizo. Članke smo nato podrobno prebrali in s pomočjo zaznamkov določili teme. Sezname vseh člankov navajamo v tabelah 6.1, 6.2, 6.3 in 6.4.

Za obdobje analize vsebine smo izbrali naključno štiriletno obdobje od leta 2010 do vključno leta 2013. Čeprav je ekološka pridelava na slovenskih tleh prisotna slabih dvajset let in smo s tem v bistvu analizirali skoraj petino celotnega časa, ocenjujemo tak izbor obdobja kot smiseln, ker je tematika relativno redko zastopana v slovenskih medijih. To je tudi obdobje, ko je ekološka zavest že v svojem polnem razmahu, hkrati pa se Slovenija na začetku tega obdobja sooča oz. počasi okreva od gospodarske in ekonomske krize, ki se je intenzivno pričela leta 2008. Predlagamo raznolik nabor medijev, z namenom pridobiti čim širšo sliko o poročanju medijev, pri čemer bomo medije razdelili na splošne in specializirane in znotraj vsakega poiskali po dve medijski hiši za analizo vsebine. V okviru medijev splošnega dosega smo analizirali časopisno hišo Delo in spletni portal Rtv slo, od specializiranih medijev pa smo izbrali revijo Jana in spletni portal Aktivni.

Pri raziskovanju sta nas usmerjali naslednji dve glavni raziskovalni vprašanji:

1. katere prednosti/slabosti ekološko pridelane hrane izpostavljajo mediji v Sloveniji?
2. kako poročajo slovenski mediji o izstopajočih/neizstopajočih nutricionističnih vrednostih ekološko pridelane hrane?

Postavili pa smo si še dve dodatni raziskovalni podvprašanji:

3. ali se poročanje splošnih medijev o ekološko pridelani hrani razlikuje od specializiranih medijev?
4. Ali obstaja razlika pri poročanju o ekološko pridelani hrani med tiskanimi in spletnimi mediji?

V teoriji se kot najpogostejše prednosti ekološko pridelane hrane izpostavljajo: skrb za okolje, trajnostni razvoj, pridelava brez umetnih gnojil in pesticidov, prepovedana uporaba gensko spremenjenih organizmov, prepoved zdravljenja z antibiotiki, kolobarjenje itn. Glede hranilnih vrednosti smo v analizirani teoriji zasledili največ analiz glede vsebnosti vitaminov, mineralov, antioksidantov, predvsem pa ugotovili, da je bilo narejenih še premalo raziskav in da v bistvu obstajata dva pola, eden predstavlja ekološko pridelano hrano kot bolj hranljivo od konvencionalne, drugi, da ni razlik.

Glede na to, da smo celotno tematiko ekološko pridelane hrane zastavili v širšem in ožjem kontekstu, torej od okoljske zavesti pa do hranilnih snovi, ki naj bi jih vsebovala, smo se tudi iskanja medijskih člankov lotili z opredelitvijo ključnih besed, ki izhajajo iz predelane teorije.

Medijske članke smo izbrali na podlagi naslednjih ključni besed: *eko, bio, organsko*<sup>7</sup>, *ekološka hrana, bio hrana, organska hrana, eko hrana, ekološko pridelana hrana, bio pridelana hrana, organsko pridelana hrana, pesticidi, herbicidi, globalizacija, trajnostni razvoj, hranilne vrednosti, ekološka pridelava oz. kmetijstvo, ekološko prehranjevanje*.

### 6.2.1 O analiziranih medijih

Družba Delo je že več kot 55 let vodilno podjetje na slovenskem medijskem trgu ter pomemben oblikovalec javnega mnenja. Slovenskim bralcem vsak dan posreduje kakovostne in ažurne informacije, spodbuja bralno kulturo in ozaveščenost prebivalstva ter med prvimi odpira pomembne družbene teme. Dnevnik Delo izhaja vsak dan, razen ob nedeljah (Delo 2016).

RTV Slovenija je javni zavod posebnega kulturnega in nacionalnega pomena, ki opravlja javno službo na področju radijske in televizijske dejavnosti, z namenom zagotavljanja demokratičnih, socialnih in kulturnih potreb državljanov Republike Slovenije in Slovencev po svetu. Multimedijski portal Rtv slo deluje v okviru multimedijskega centra RTV Slovenija od leta 1996 (Rtv slo 2016).

Tedenska revija Jana je pričela izhajati decembra 1971, od 23. junija 2015 dalje pa izhaja pod novim imenom, to je Zarja (v nadaljevanju navajamo predstavitev sedanje Zarje, saj se je z novim imenom spremenilo samo lastništvo, medtem ko so uredništvo, novinarska ekipa in vsebinska usmeritev ostali nespremenjeni). Je družinska revija, ki piše zgodbe o ljudeh in za ljudi. Na preprost in vsem razumljiv način predstavlja zanimive ljudi, pomembne dogodke in velika odkritja, od katerih je odvisno naše življenje, počutje in zdravje. V njej bralke in bralci najdejo vse, kar jih zanima in navdihuje, pomaga jim z informacijami, da si sami oblikujejo svoje mnenje, in jim ponuja oporo, kadar jo potrebujejo (Zarja 2016).

Spletni portal Aktivni spada pod okrilje medijske založniške hiše Adria Media Ljubljana in izhaja od leta 2006. Namenjen je aktivnim ljudem, ki iščejo informacije o gibanju, športu, zdravi prehrani, zdravemu načinu življenja in bivanja (Cosmopolitan 2016).

---

<sup>7</sup> Beseda *organsko* se sicer v Sloveniji uradno (v strokovni literaturi) ne uporablja, sprejeta izraza sta *eko* in *bio*. Beseda *organsko* izvira iz angleško govorečih držav, kjer je v uporabi beseda *Organic* in od tu prevod v slovenščino, *organsko*. Ker je beseda *organsko* v slovenskih medijih zelo pogosto uporabljeno, smo jo tudi mi vključili v naš iskalni nabor, da ne bi izpustili prispevkov na temo ekološko pridelane hrane.

## 6.2.2 Predstavitev analize posameznega medija

V izbranem obdobju smo v **Delu** našli in analizirali 26 člankov, ki so se navezovali na ekološko pridelano hrano, bodisi skozi njene konkretne lastnosti bodisi skozi parametre, za katere vemo, da v ekološki pridelavi niso dovoljeni, torej pesticidi, GSO, antibiotiki itd. Ekološko pridelana hrana je bila kot pozitivna izbira omenjena tudi v vseh člankih ali pogovorih, kjer je tekla beseda o okoljskem zavedanju in trajnostnem ravnanju. O pravilih ekološkega pridelovanja, kot smo jih opredelili tudi v teoretičnem delu, si v Delu lahko preberemo kar nekajkrat. Izpostavljene so osnovne smernice prednosti ekološke pridelave hrane (kolobar, paša zunaj, neuporaba pesticidov in gensko spremenjenih organizmov, označevanje in certificiranje), nismo pa našli veliko glede hranilnih vrednosti. Podobno kot Rtv slo, je tudi Delo septembra 2012 povzelo raziskavo s Stanforda, ki je poročala o nič večji hranilnih vrednosti ekološke hrane v primerjavi s konvencionalno in ki v bistvu izpostavlja edino prednost ekološke hrane v tem, da vsebuje manj pesticidov oz. je slednje znanstveno najbolj dokazano in ne deli mnenj. Mnenja pa so deljena tudi glede GSO, tako v znanstveni kot javni sferi in Delo predstavlja v teh letih obe strani, tako vnete nasprotnike kot goreče zagovornike. Pri slednjih pridemo celo do spoznanj, da bi ravno ekološko kmetijstvo moralo uporabljati GSO, saj bi bilo tako še bolj ekološko. Takšnih dognanj v teoretičnih okvirih tega diplomskega dela nismo našli.

Na splošno pa v Delu prevladuje širši družbeni kontekst, ki ekološko pridelano hrano umešča v različne ekonomske, gospodarske in politične kontekste. Kaže se tudi povezanost z Evropo in skupnimi predpisi, od subvencij, namenjenih takemu kmetijstvu, pa do ostalih spodbud, ki jih dobiva ali ne dobiva ekološki kmet in na koncu tudi potrošnik. Ekološko pridelana hrana je »zapakirana« v skrb za okolje, trajnostni razvoj, (ne)onesnaževanje, njene prednosti so torej v Delu izpostavljene skozi širši družbeni kontekst in malo manj, kot v specializiranem mediju, skozi njene neposredne učinke na človekovo telo. Vendar, kakor smo lahko prebrali v našem prvem poglavju, kjer je govora o okoljski zavesti, ekološko pridelana hrana ali pa konvencionalno pridelana hrana, odvisno iz katerega zornega kota gledamo, pomembno vplivata na okolje in tako posredno tudi na človeka dolgoročno.

Delo se dotika tudi trženjskega vidika ekološke pridelave, in sicer ne samo prek dražje cene, ki je vedno ocena na prvo žogo. Predstavljeni so primeri dobrih praks, kako učinkovito najti pot do potrošnika, kako preizkusiti nek model pred samo uvedbo, piše se o pomenu kratkih verig, tako z vidika kakovosti hrane kot z vidika nižje cene. Sodeč po branju člankov v Delu dobimo občutek, da se ekokmetijstvo spleča, da je povpraševanje večje od ponudbe in se vprašamo,

zakaj potem nacionalni cilj, da bo do leta 2015 že 15 odstotkov slovenskih kmetij vključenih v ekološki način kmetovanja, še ni bil dosežen.

Tabela 6.1: Seznam analiziranih člankov Delo, 2010–2013

Naslov članka	Datum
Kupili bi več ekoživil, kot jih kmetje lahko pridelajo (Žibret 2010)	28. oktober 2010
Ekološka živila le počasi v javno prehrano (Pojbič 2010)	28. avgust 2010
S čim smo zastrupljeni in kako zelo (Priatelj 2011b)	12. avgust 2011
Dioksin iz krme v dunajski zrezek (Žerjavič 2011)	12. januar 2011
Dosledno upoštevajte navodila o uporabi, opozorila in omejitve (Skubic 2011)	5. maj 2011
Evropska nagrada za eko živilo (Šoštarič 2011a)	22. oktober 2011
Pesticidi in nosečnost (Delo 2011)	12. maj 2011
Kako odkriti gensko spremenjene organizme (Žel 2011)	8. december 2011
Do okolja prijaznejši prašiči? (Delo 2011b)	7. januar 2011
Zloraba genske tehnologije v kmetijstvu (Šoštarič 2011c)	4. februar 2011
Škodljiva hrana tudi na naših krožnikih (Šoštarič 2011b)	3. februar 2011
Strah pred vsiljeno pridelavo (Šoštarič 2011č)	2. februar 2011
Goljufive ekološke kmete prej ali slej zasačijo (Priatelj 2011a)	5. avgust 2011
Hrana iz gensko spremenjenih rastlin? Hvala, ne bi (Šoštarič 2012b)	7. maj 2012
Več hrane iz varovanega okolja (Šoštarič 2012c)	5. april 2012
Imamo en svet, treba je ravnati trajnostno (Tavčar 2012)	14. december 2012
Prednost izdelku, ki zraste v bližini (Delo 2012b)	19. junij 2012
(Ne)premagljive ovire (Šoštarič 2012a)	20. junij 2012
Biodinamik je lahko le najboljši kmet (Priatelj 2012)	22. junij 2012
"Brez reklame prodamo vse, kar pridelamo" (Pojbič 2012)	11. september 2012
Biohrana je komaj kaj bolj zdrava (Delo 2012a)	11. september 2012
Ekološka pridelava zelenjave zaostaja za povpraševanjem (Željan 2013)	6. maj 2013
Na sledi genu, ki bi znova obudil igorja (Priatelj 2013b)	26. september 2013
Kakor poljub sladek mango sredi zime (Priatelj 2013a)	12. februar 2013
Kolesari, ločuj, varčuj in jej ekološko (Priatelj in drugi 2013)	18. januar 2013
Bioogljje – za boljšo zemljo in proti odvečnemu CO <sub>2</sub> (Petrič 2013)	5. september 2013

V **Jani** smo v analiziranem obdobju našli 28 člankov, od tega več kot polovico v prvih dveh analiziranih letih, 2010 in 2011, medtem ko pri pregledu arhiva Jan iz leta 2013 nismo našli nič. Najpogosteje zastopan tematski sklop pri reprezentaciji ekološko pridelane hrane je v Jani skrb za okolje. Piše se o tem, da naj bi bili gensko spremenjeni organizmi škodljivi za okolje in človeka, prav tako je škodljiva uporaba pesticidov, herbicidov, antibiotikov v konvencionalni pridelavi. Ekološka pridelava je predstavljena kot okolju koristna, medtem ko pri konvencionalni pridelavi naraščajo t. i. eksterni stroški, ki se kažejo kot uničevanje rodnosti prsti zaradi uporabe kemikalij, uničevanje pestrosti semen in zastrupljanje virov pitne vode

(Ucman, 2010a). Pri prebiranju Jane izvemo, da so učinki ekološkega kmetijstva blagodejni za okolje, da ekološki kmet porabi manj energije in proizvede manj odpadkov na enoto proizvoda. Precej pogosto se v Jani piše tudi o prednostih ekološko pridelane hrane glede hranilnih vrednosti. Ekološko pridelana hrana naj bi vsebovala več vitamina C in sekundarnih snovi; ekološka živila vsebujejo snovi, ki učinkujejo antioksidativno, protimikrobno, krepijo imunski sistem, učinkujejo proti vnetjem, preprečujejo raka; ekološka živila vsebujejo večji delež suhe snovi, torej več vlaknin in manj vode; ekološko meso in mleko vsebujeta trikrat več konjugirane linolne kisline kot je v mlečni maščobi konvencionalnega mleka; bio jogurt vsebuje več zdravih maščobnih kislin omega-3; preberemo, da so imele doječe matere, ki so se prehranjevale z ekološko hrano, v mleku bistveno več nenasičenih maščobnih kislin itn. Na primer, prednost ekoloških jabolk starih sort je v tem, da vsebujejo več vitaminov in mineralov ter so energijsko bogatejša. Drevesa so višja in veliko odpornejša, tudi koreninski sistem požeje globlje in v skrajnih razmerah zato lažje črpajo vlago iz tal (Ucman, 2010b). Kljub splošni pozitivni naravnosti poročanju Jane o boljših hranilnih vrednostih ekološko pridelane hrane pa smo pri analizi naleteli tudi na članek, kjer opozarjajo, da oznaka »bio« dejansko zagotavlja samo, da je izdelek pridelan brez pesticidov in ostalih prepovedanih snovi v ekološkem kmetijstvu, same boljše kvalitete glede hranilnih vrednosti pa ta oznaka avtomatično ne sporoča (Lončar, 2010). Na primer, transport ekološko pridelanih izdelkov od daleč že sam po sebi ni ekološki (ali, recimo temu, trajnosten), pa tudi tak izdelek izgublja svojo vrednost s transportom in s prezgodnjim obiranjem.

V Jani so pogosto predstavljena tudi osnovna pravila, ki veljajo za ekološko kmetovanje (neuporaba kemičnih sredstev, pesticidov, nitratov; pa kolobar, zastirka, sajenje rastlin ene poleg druge, tako da imajo dober medsebojni vpliv, stroga prepoved gensko spremenjenih organizmov in gensko spremenjene krme itn). Piše se tudi na splošno o boljši kakovosti ekološko pridelane hrane, v smislu, da bolj varuje naše zdravje. To področje je seveda tesno povezano s hranljivimi vrednostmi, želimo samo poudariti, da se velikokrat uporabi sama beseda kakovost.

V manjši meri smo v Jani našli tudi članke, ki se dotikajo gensko spremenjenih organizmov in prednosti ekološko pridelane hrane kot antipodu, pomena ohranjanja domačih in avtohtonih vrst semen, pa razpravljanje o boljšem okusu ekološko pridelane hrane in novodobnih prehranjevalnih navadah, ki so lahko posledica »verovanja« v določene predstave.

Tabela 6.2: Seznam analiziranih člankov Jana, 2010 – 2013

Naslov članka	Datum
Prste stran od strupov (Jana 2010b)	5. januar 2010
Ni vsak kakav zdrav! (Lončar 2010a)	12. januar 2010
Kako koristna je ekologija? (Jana 2010a)	26. januar 2010
Pozor pri izbiri lanenega semena (2010b)	2. marec 2010
Zdravje raste na vrtu (Furlan 2010)	9. marec 2010
Spački na naših krožnikih (Mažgon 2010)	23. marec 2010
Kako težavno je biti Slovenec (Komat 2010)	4. maj 2010
Domača semena – vir našega preživetja (Ucman 2010b)	11. maj 2010
Lažjejo nam, da je hrana varna! (Ucman 2010a)	22. junij 2010
Ali lahko zaupamo vsem bio izdelkom? (Lončar 2010c)	3. avgust 2010
Koliko sploh veste o ekologiji? (Hrovatič 2010)	7. september 2010
Zakaj si ne bi raja ustvarili že zdaj? (Božič 2010)	5. oktober 2010
Tihi sovražnik vsepovsod (Ucman 2010c)	26. oktober 2010
Zahtevajmo izdelke z oznako GSO! (Ucman 2010č)	2. november 2010
Kaj naj sploh še jemo? (Grizila 2011)	11. januar 2011
Na tržnici je še hujše! (Ucman 2011č)	1. februar 2011
Nevarno meso v akciji (Ucman 2011d)	15. februar 2011
Genski hokuspokus ne bo rešil čebel! (Ucman 2011a)	24. maj 2011
Koktajli pesticidov v menzi (Ucman 2011b)	31. maj 2011
Paradižniki z "intenzivne nege" (Ucman 2011e)	14. junij 2011
Molitev za dobre pridelke in dobre ljudi (Čermak 2011a)	21. junij 2011
Naravni borci proti pesticidom (Krapež 2011)	13. september 2011
Končno eko slovensko meso! (Ucman 2011c)	18. oktober 2011
Od pridelave zelenjave se lepo živi! (Ucman 2012a)	17. julij 2012
Je neplodno seme sploh ekološko? (Jana 2012)	28. avgust 2012
Sir z energijo (Ucman 2012b)	13. november 2012
Hrane ne cenimo, ker je prepoceni (Hrastar 2012)	21. februar 2012
Smo eko verniki? (Lončar 2012)	6. marec 2012

Pri analizi vsebine portala **Rtvslo** smo ugotovili, da se portal pri poročanju o ekološko pridelani hrani oz. tematikah, povezanih z njo, posveča bolj skozi skrb za okolje in je skozi to predstavljena njena največja prednost. Skoraj v vseh člankih zasledimo tudi poudarjanje pomena lokalnega nakupovanja, v smislu krajšega transporta, skladiščenja in pakiranja živil. Kot eno izmed pomanjkljivosti na več mestih portal izpostavlja trženje. To ni pomanjkljivost v smislu kakovosti ekološke hrane, s čimer smo se ukvarjali v diplomski nalogi, ampak bolj v obstoju same tržne panoge, v okviru katere morajo pridelovalci sami veliko postoriti, da uspejo

prodati izdelke oz. najti potrošnike. Vsekakor zanimiva tema, vpeta v širši gospodarsko-politični kontekst države, Evrope in ostalega sveta. Ko smo že pri ostalem svetu, Rtv slo poroča tudi o ameriškem gigantu proizvodnje gensko spremenjenih organizmov, Monsanto. Čeprav bi bila tudi tematika o GSO-jih, kot smo že omenili večkrat, vredna samostojne analize, tako teoretične kot raziskovalne, jo tudi tu vključujemo v analizo, saj nam predstavlja nekakšen antipod ekološko pridelani hrani. Zanimiv predstavnik tega je intervju s profesorjem z Biotehniške fakultete v Ljubljani, ki kot velik zagovornik prihaja celo do ugotovitve, da je ekološka hrana bistroumni nesmisel: »Če bi želeli res ekološko pridelovati, bi morali storiti ravno to, uporabljati sodobne sorte, ki jih ni treba škropiti. To, kar zdaj prodajajo kot ekološko kmetijstvo, je mnogokrat prav z ekologijo krepko skregano. Gre bolj za skupek metod, ki se le predstavljajo za do okolja prijazne, v bistvu pa so protitehnološke, in ne ekološke.« (Bohanec v Čebokli 2013).

Rtv predstavi tudi nasprotni pol, sploh potrebo po označevanju GSO organizmov in poroča s shodov, ki so se odvijali proti vstopu Monsanto. Kljub temu, da analiziramo obdobje 2010–2013, lahko pripomnimo, da je ta tema še kako aktualna tudi danes in verjetno še nekaj časa bo tako. Nad vsem tem bdijo veliki kapitalski, politični in ekonomski interesi in prav je, da se o tem poroča.

Torej, Rtv slo večinoma poroča o prednostih ekološko pridelane hrane v smislu odgovorne skrbi za okolje, njeno prednost izpostavlja tudi v tem, da je to hrana, ki je manj onesnažena s pesticidi, gensko spremenjenimi organizmi in ostalimi strupi, torej vezano na postopek pridelave. Našli pa smo tudi članek o hranilnih vrednostih, naslovljen v smislu, da organska (torej ekološka) hrana ni nič bolj zdrava (predvidevamo, da od konvencionalno ali integrirano pridelane). V članku se sklicujejo na ugotovitve znanstvenikov z ameriške univerze Stanford, raziskava, ki smo jo v teoretičnem delu diplomske naloge predstavili tudi mi. Članek na to temo je zelo kratek in zaključen z ugotovitvijo, da je dejansko na to temo bilo narejenih še premalo raziskav.

Sicer smo na Rtv slo v tem obdobju našli in analizirali vsega skupaj 8 člankov, od tega je en intervju in en povzetek spletne klepetalnice, kjer je strokovnjak odgovarjal na vprašanja sodelujočih.



Tabela 6.3: Seznam analiziranih člankov Rtv slo, 2010–2013

Naslov članka	Datum
"Ekohrana je kakovostnejša in zato tudi dražja" (Rtv slo 2010)	11. december 2010
Ekohrana odlična za boj proti podnebnim spremembam (Rtv slo 2011a)	7. januar 2011
Matej Gregorič, Inštitut za varovanje zdravja RS (spletna klepetalnica) (Rtv slo 2011b)	3. avgust 2011
Raziskava: Organska hrana ni nič bolj zdrava (Rtv slo 2012)	4. september 2012
Hrana iz soseščine kot upor proti multinacionalkam – pa še okusnejša je (Rtv slo 2013a)	17. junij 2013
Svet proti Monsanto ali kako omejiti uporabo gensko spremenjenih organizmov (Rtv slo 2013b)	25. maj 2013
Vrtičkarstvo v vsak dom: Je eko res eko? In slovenski česen res slovenski? (Sajovic 2013)	24. oktober 2013
Profesor Bohanec: Z veseljem bi kupil oranžni ananas, a mi država te izbire ne dovoli (Čebokli 2013)	8. oktober 2013

Ugotovili smo, da je bilo poročanje spletnega portala **Aktivni** v obdobju 2010 do 2013 v večji meri pozitivno naklonjeno ekološki pridelavi in ekološkemu živilu. Navajali so večinoma prednosti, katere smo zasledili tudi v strokovni literaturi. Kar se tiče hranilnih vrednosti, so bile omenjene v manjši meri, pa vendar v smislu, da ekološko pridelana hrana vsebuje več hranilnih vrednosti v primerjavi z ekološko pridelano. Pri tem so se na znanstvene izsledke sklicevali samo v enem članku (So bio/eko izdelki res boljši od navadnih?), velikokrat pa smo našli trditev o večji hranilni vrednosti izpeljano iz dejstva, da je tako že zaradi same pridelave. Torej, nekaj konkretnih navedb analize, primerjave živil, ni. Od njihovega sicer pozitivnega stališča do ekološko pridelane hrane predstavlja odmik samo eden članek, pa še ta posredno. V njem je govora o GSO, prevladujejo pa argumenti za. Našli in obdelali smo 7 člankov, kar je relativno malo v obdobju štirih let in glede na popularnost te teme med ljudmi, ki želijo živeti zdravo in slediti modernim prehranjevalnim navadam. Še glede naslovja: njihovi naslovi so zastavljeni dokaj kritično, v njih se sprašujejo, ali je ekološka hrana res boljša od ostale, v vsebini pa potem odkrijemo v večini primerov pozitivna stališča.

Tabela 6.4: Seznam analiziranih člankov Aktivni, 2010–2013

Naslov članka	Datum
Ekotarijanstvo – nov trend v prehranjevanju (Aktivni 2010a)	21. maj 2010
Kako je eko je bio? (Jamnik 2010)	8. oktober 2010
Je bio meso zares boljše ali le dražje? (Aktivni 2010b)	25. oktober 2010
Kaj je prava hrana (Šinkovec 2010)	30. november 2010
So bio/eko izdelki res boljši od navadnih? (Aktivni 2012)	23. februar 2012
Gensko spremenjena hrana: 9 dejstev, ki jih morate vedeti (Aktivni 2013a)	21. avgust 2013
Organsko ali naravno? (Aktivni 2013b)	29. avgust 2013

### 6.2.3 Primerjava izbranih medijev o poročanju o ekološko pridelani hrani

V nadaljevanju bomo s pomočjo tabel prikazali ugotovitve, do katerih smo prišli skozi analizo vsebine.

Tabela 6.5: Število analiziranih člankov po medijih in letih

Medij/Leto	2010	2011	2012	2013	Skupaj
Delo	2	11	8	5	<b>26</b>
Jana	14	9	5	0	<b>28</b>
Rtvslo	1	2	1	4	<b>8</b>
Aktivni	4	0	1	2	<b>7</b>
<b>Skupaj</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>15</b>	<b>11</b>	<b>69</b>

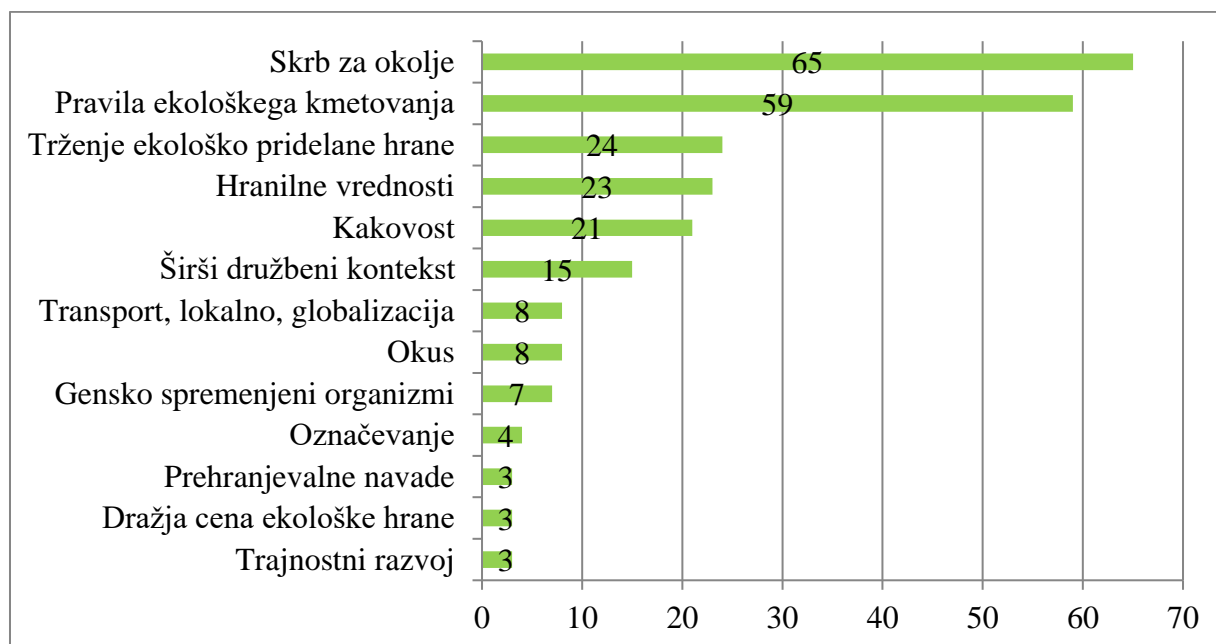
Ugotavljamo, da je več člankov o ekološko pridelani hrani predstavljenih v tiskanih medijih kot internetnih. Prikaz je v absolutnih številkah, zanimivo bi bilo pogledati tudi delež zastopanosti te teme v primerjavi z ostalim poročanjem. Uradnega podatka nimamo, po občutku sodeč, na podlagi lastnoročnega pregleda vseh vključenih medijev, pa lahko ocenimo, da tema ni ravno pogosto zastopana v naših medijih. Ugotavljamo tudi, da je bilo več člankov v izbranih medijih v prvi polovici analiziranega obdobja, število pa pada proti koncu našega obdobja. To je skupni trend, ki pa se rahlo razlikuje od medija do medija.

Tabela 6.6: Umeščenost člankov znotraj medija

Medij/Let o	2010	2011	2012	2013
Delo	Gospodarstvo, Panorama	Gospodarstvo, Panorama	Gospodarstvo, Panorama	Gospodarstvo , Panorama
Jana	osrednja tema v prvi tretjini revije (tudi najava na naslovnici); stalne rubrike (Ali veste, Naravno in enostavno; Umetnost preživetja)	osrednja tema v prvi tretjini revije (tudi najava na naslovnici); uvodnik	osrednja tema v prvi tretjini revije (tudi najava na naslovnici); stalne rubrike (Strokovnjak odgovarja, Naravno in enostavno)	/
Rtvslo	Okolje	Klepetalnica, Okolje	Znanost in tehnologija	Okolje, Znanost in tehnologija
Aktivni	Prehrana	/	Prehrana	Prehrana

V tabeli 6.6 prikazujemo analizo in primerjavo umeščenosti tematike o ekološko pridelani hrani znotraj posameznega medija. Torej, na katere strani oz. v katera poglavja svojega medija uvrščajo mediji »našo« temo in ji s tem dajejo težo. Na portalu Aktivni smo članke o ekološko pridelani hrani zasledili izključno na podstrani Prehrana, torej medij veže porabo ekološko pridelane hrane zgolj na prehranjevalni proces. Na Rtv slo je pisanje o ekološko pridelani hrani umeščeno največkrat v rubriko Okolje, sledi Znanost in tehnologija. Še širši kontekst daje z umeščanjem na strani Gospodarstva Delo, ostale članke smo pri njem našli v razdelku Panorama, za nekaj člankov pa v spletnem arhivu žal nismo našli podatka o umeščenosti. V Jani je poročanje o ekološko pridelani hrani povečini osrednja tema, napovedana tudi že na naslovnici in potem umeščena v prvi tretjini revije. Stalne rubrike se nahajajo v drugi polovici revije, nekajkrat pa smo naleteli na pisanje o ekološkem kmetovanju ali ostalih tematskih sklopih, ki jih analiziramo, tudi že v uvodniku.

Graf 6.1: Zastopanost ekološko pridelane hrane skozi različne kategorije člankov (N=pogostost kategorij)



Z urejanjem celotnega gradiva člankov v Delu, Jani, Rtv slo in Aktivni smo najprej preko določanja kodirnih enot in nato kodiranja oblikovali zgornje kategorije, ki v bistvu predstavljajo tematske sklope, skozi katere mediji zrcalijo pomen ekološko pridelane hrane. Oblikovani tematski sklopi so posledica medijskega poročanja o prednostih/slabostih ekološko pridelane hrane in podobne tematske sklope smo obravnavali tudi že v teoriji. Tu je dodanih še nekaj takih, ki jih v teoriji nismo zajeli, prav pa je, da povemo, da smo jih v medijih zasledili. Za njihovo podrobno teoretsko razlago v diplomskem delu ni bilo prostora, lahko pa vplivajo na splošno zavedanje in percepcijo ekološke pridelave (označevanje, trženje, politični, ekonomski, gospodarski okvir).

Kakorkoli, skrb za okolje je nekako najpogostejša tema, s katero operirajo mediji pri okvirjanju ekološko pridelane hrane. Iz skrbi za okolje sledijo v bistvu skoraj same prednosti: ekološka pridelava ima blagodejne vplive na naravo in človeka, saj ne onesnažuje, upošteva naravne cikle, končni izdelek ni oz. je kontaminiran v zelo majhni meri v primerjavi s konvencionalnim izdelkom. Tudi s pisanjem o pravilih ekološkega kmetovanja, kot jih predpisujejo zakonske in ostale uredbe na nivoju države in širše (EU), poročajo mediji večinoma o prednostih ekološkega kmetovanja nasproti konvencionalnemu. Pravila ekološkega kmetovanja so druga najpogostejša tematika v medijih, skoraj enako močno zastopana kot skrb za okolje. Pomembno težo dajejo mediji trženju ekološko pridelanih izdelkov, saj na tem področju še niso bili

zastavljeni cilji, po ocenah povpraševanje presega ponudbo, preveč pa je uvoza. Pomemben kontekst, ki neposredno ne izraža prednosti ali slabosti, ki jih iščemo skozi diplomsko nalogo, pa čeprav je cena, in to dražja cena, zagotovo eden od nakupnih faktorjev. Sledi poročanje o hranilnih vrednostih in kakovosti, sicer zelo povezani, skoraj identični področji, ki ju tu ločujemo zgolj zaradi poudarka različnega poročanja medijev. Po eni strani se poroča o hranilnih vrednostih zelo konkretno, z naštevanjem točno določenih hranljivih snovi, ki jih ponavadi ekološko pridelana hrana vsebuje, medtem ko gre pri poročanju o kakovosti bolj za splošno pisanje o boljši ali slabši kakovosti na splošno. Na področju hranilnih vrednosti (in kakovosti) so pisanja najbolj polarizirana, podobno kot smo ugotovili že v teoretičnem delu. Morda rahlo prevladuje teza, da so ekološka živila bolj hranljiva, vendar pa najdemo tudi nasprotujoča si mnenja.

Ostale manj zastopane kategorije niso nepomembne, globalizacija in transport sta prinesla za sabo neekološka ravnanja in opažamo opozorila, da naj se kupuje čim več lokalnega in sezonskega. V tem smislu uvožena ekološko pridelana hrana od daleč ni nič boljša od lokalne konvencionalne, saj se s transportom onesnažuje okolje, živila izgubljajo na svoji vrednosti tako zaradi transporta in skladiščenja kot zaradi prezgodnjega obiranja. V raziskavi *Značilnosti in pričakovanja potrošnikov ekološko pridelane hrane* smo našli podatek, da sta glavna razloga nakupovanja ekološko pridelanih živil na eko tržnicah ravno lokalna pridelava (83 % vprašanih) in boljša kakovost (73 % vprašanih), pri čemer so potrošniki poudarjali, da bolj zaupajo kmetom, ki jih poznajo, medtem ko za živila v supermarketih ne morejo biti prepričani, da so res ekološko pridelana (Blatnik in Dovečar 2010). O okusu se ne razpravlja, pa vendar smo v večini primerov zasledili, da je ekološko pridelana hrana okusnejša. Označevanje je eden kriterijev, ki dela ekološko pridelano hrano sledljivo in zagotavlja, da je upoštevana večina gornjih kategorij (pravila ekološkega kmetovanja, skrb za okolje itn). Seveda pa uporaba predpisanega znaka za eko izdelek zagotavlja največjo varnost samo za lokalne izdelke, ki jih v resnici tudi testirajo in iščejo sledi pesticidov, gensko spremenjenih organizmov. Pri uvoženih izdelkih se preverja samo ustreznost certificiranja. Dražja cena je predstavljena kot slabost, sploh v kriznih časih, se pa najdejo tudi argumenti, čemu je ekološko pridelana hrana vredna dražje cene in nasveti, kako kupiti manj in manj zavreči. Ponekod smo skozi poročanje medijev zaznali, da gre pri potrošnji ekološko pridelane hrane bolj ali manj za sodoben prehranjevalni trend in nič več kot to. Povezava s trajnostnim razvojem, katerega smo poleg prehranjevalnih navad tudi podrobneje predstavili v teoretičnem delu, se pojavlja tudi v poročanju medijev, vendar redko.

## 7 SKLEP

V uvodu diplomskega dela izražene domneve so se v večini potrdile. Ekološko pridelana hrana tako v teoriji kot skozi analizo vsebine določenih slovenskih medijev uživa primat večjega števila prednosti. Prednost daje že sam način pridelave, ki je okolju prijazen, deluje po trajnostnih načelih in upošteva sonaravno filozofijo kmetovanja. Naučili pa smo se tudi, da kljub temu ne gre vsega metati v isti koš. Niso vsi ekološki prehrambni izdelki enako dobri. Potrebno je upoštevati, da ima globalizacija pomemben vpliv, tudi negativen. Transport iz daljnih dežel vsekakor ni ekološki, saj letalski in pomorski promet dodatno onesnažujeta okolje, kljub temu, da ga sama pridelava mogoče ne. Tako v teoriji in v analiziranih medijih avtorji pogosto izpostavljajo pomen lokalnega nakupovanja. Transport od daleč pa seveda sili pridelovalce tudi v prezgodnje obiranje sadja in zelenjave, s čimer se količina hranilnih vrednosti avtomatično zmanjšuje, ker ne dozori po naravni poti.

Pomen lokalnega so prepoznali tudi trgovci in ostali prodajalci ekološko pridelane hrane, ki skozi oglaševanje ali stike z javnostmi vedno bolj poudarjajo, da so izdelki pri njih lokalnega in domačega izvora. Upoštevanje življenjskega stila današnjega *zelenega potrošnika* je pomemben tržno komunikacijski vidik in prodajalci ta trend pridno izkoriščajo v oglasih, ki so v nekaterih medijih konstantno prisotni, ekološki pridelovalci pa v navezovanju pristnih stikov s kupci, njihovem izobraževanju in iskanju tržnih niš s področja ekološkega kmetovanja, s čimer pritegnejo tudi pozornost medijev na drug način, za ustvarjanje publicitete.

Splošne prednosti ekološko pridelane hrane so podobne skozi teorijo in naš empiričen del ter se v največji meri izražajo skozi **skrb za okolje** in predstavljanje **pravil ekološkega kmetovanja**. Gre za pridelavo, ki prepoveduje uporabo kemičnih snovi, pesticidov, herbicidov, insekticidov; strogo je prepovedana uporaba gensko spremenjenih organizmov in gensko spremenjene krme; prepovedano je zdravljenje z antibiotiki, upoštevati se morajo načela kolobarja in živalim prijaznega kmetovanja. Ekološko pridelana hrana je certificirana in kot taka omogoča sledljivost (sploh domača, lokalna), pridelovalci imajo redne kontrole. Kot slabost je med pglavitnimi izražena dražja cena ekološko pridelanih prehrambnih izdelkov, tako v teoriji in skozi različne ankete (npr. podatki Slovenskega javnega mnenja), kot tudi v medijih, ki smo jih uporabili za analizo vsebine. Dražja cena seveda avtomatično razdeljuje sloje prebivalcev, kar pride še posebej do izraza v času gospodarske krize. Obstajajo tudi teorije,

da je prehranjevanje z ekološko pridelano hrano samo še ena od modnih muh ali prepričanj in kot taka nič drugačna ali boljša od industrijsko pridelane.

Ugotovitve glede **hranilnih vrednosti** po drugi strani **niso tako enoznačne**. Pri preverjanju kemijske sestave različnih vrst hrane so znanstveniki v preteklih dvajsetih letih prihajali do različnih izsledkov. Po eni strani te raziskave kažejo, da ima ekološko pridelana hrana v veliko analiziranih primerih višje hranilne vrednosti (predvsem kar se tiče vitamina C, mineralov in antioksidativnega potencijala), po drugi strani pa lahko preberemo tudi, da med ekološko in konvencionalno pridelano hrano večjih razlik ni. Pomembno dejstvo je, da je bilo kljub ogromni količini raziskav le-teh morda še vedno opravljeno premalo. Pri kemičnih analizah je potrebno upoštevati, da na hranilno vrednost določenega živila ne vpliva samo način pridelave. Zelo pomemben vpliv imata podnebje in kakovost zemlje, pa sorta in vrsta rastlin, vrsta pasem in še bi lahko naštevali. Podobno, kot velja za svetovno lakoto, da zanjo ni kriv način pridelave, ampak politična razmerja oz. predvsem politična nesorazmerja, tako lahko tudi glede hranilnih vrednosti zaključimo, da način pridelave ni edini dejavnik, ki vpliva na boljšo ali slabšo sestavo hrane.

Če torej primerjamo teorijo in medijsko poročanje glede hranilnih vrednosti ekološko pridelane hrane, ugotavljamo, da mediji v prvi vrsti ne gredo v take podrobnosti, kot smo jim bili priča v teoriji, ampak v večini posplošujejo in uporabljajo pridevnike »kakovostnejši, boljši, okusnejši« za ekološko pridelane prehranske izdelke, drugič pa o samih hranilnih vrednostih v bistvu dokaj poredko sploh pišejo. Bolj so v ospredju splošne prednosti ekološke pridelave in iz nje izpeljana boljša kakovost. Kakorkoli, pri splošnih medijih smo vseeno zasledili poskuse poročanja tudi o nasprotnem polu, torej da ekološko pridelana hrana morda le ni tako zelo boljša od konvencionalno pridelane, kar se tiče hranilnih vrednosti, medtem ko pri specializiranih medijih prevladuje poročanje o prednostih tudi glede hranilnih vrednosti. Najpogosteje smo našli poročanje o boljših hranilnih vrednostih v Jani, v Delu je o tem manj govora in sta predstavljena oba pola. Tudi na portalu Aktivni se o hranilnih vrednostih piše manj, vendar pozitivno, medtem ko je na Rtv slo edini članek o hranilnih vrednosti povzetek raziskave s Standforda, ki že v naslovu pove, da ekološko pridelana hrana ni nič bolj hranljiva od konvencionalne. Če povzamemo, mediji splošnega dosega pišejo o (boljših) hranilnih vrednostih bolj objektivno oz. predstavljajo oba pola, medtem ko specializirani mediji bolj pogosto in bolj intenzivno poudarjajo boljše lastnosti ekološko pridelane hrane glede hranilnih vrednosti.

Medijsko poročanje o določeni tematiki je lahko tudi magnet za oglaševalce, ki bi si želeli postaviti oglas v bližino take teme. Primerjava med tržnim komuniciranjem ekološko pridelane hrane in medijskim poročanjem o njej, ki smo jo opravili na primeru Dela in Jane, nam je pokazala zanimivo sliko. V obeh medijih je ekološka pridelava in vse kar je z njo povezanega, novinarsko precej redno zastopano, medtem ko je oglaševanja ali publicitete ekološko pridelane hrane več v Jani kot v Delu. O konkretnih razlogih za tako stanje lahko samo sklepamo, smo pa že skozi nalogo ponudili kup odgovorov, ki, verjetno vsaj delno, vplivajo na tako stanje, na primer čas gospodarske krize ali pa vsebinska in periodična primernost nekega medija za oglaševanje določene vrste izdelka.

Zaključujemo z mislijo, da ima ekološko pridelana hrana več prednosti in koristi za človekovo telo kot konvencionalna hrana, kljub temu pa je pri potrošnji potrebno biti pazljiv. Vredno si je vzeti čas za pozorno branje, tako deklaracij na prehrabnih izdelkih kot medijev, ki so eden od pomembnih mnenjskih voditeljev in si ustvariti svoje mnenje. Resnično spoznanje terja pač resničnega človeka.



## 8 LITERATURA

*Aktivni*. 2010a. Ekotarijanstvo – nov trend v prehranjevanju, 21. maj. Dostopno prek: <http://www.aktivni.si/prehrana/za-aktivne/ekotarijanstvo-nov-trend-v-prehranjevanju-2/> (30. maj 2016).

--- 2010b. Je bio meso zares boljše ali le dražje? 25. oktober. Dostopno prek: <http://www.aktivni.si/prehrana/za-aktivne/je-bio-meso-zares-boljse-ali-le-drazje/> (30. maj 2016).

--- 2013a. Gensko spremenjena hrana: 9 dejstev, ki jih morate vedeti, 21. avgust. Dostopno prek: <http://www.aktivni.si/prehrana/gensko-spremenjena-hrana-9-dejstev-ki-jih-morate-vedeti/> (30. maj 2016).

--- 2013b. Organsko ali naravno? 29. avgust. Dostopno prek: <http://www.aktivni.si/prehrana/organsko-ali-naravno/> (30. maj 2016).

Alič, Vesna, Anamarija Slabe, Martina Bavec in Kristina Ogorevc Račič. 2015. *Trženje na ekoloških kmetijah*. Dostopno prek: <http://www.program-podezelja.si/sl/knjiznica/85-trzenje-na-ekoloskih-kmetijah/file> (13. avgust 2016).

Barański, Marcin, Dominika Średnicka-Tober, Nikolas Volakakis, Chris Seal, Roy Sanderson, Gavin B. Stewart, Charles Benbrook, Bruno Biavati, Emilia Markenllou, Charilaos Giotis, Joanna Gromadzka-Ostrowska, Ewa Rembiałkowska, Krystyna Skwarło-Sońta, Raija Tahvonen, Dagmar Janovská, Urs Niggli, Philippe Nicot in Carlo Leifert. 2014. Higher antioxidant and lower cadmium concentrations and lower incidence of pesticide residues in organically grown crops: a systematic literature review and meta-analyses. *British Journal of Nutrition* 112: 794–811.

Bavec, Martina in sodelavci. 2001. *Ekološko kmetijstvo*. Ljubljana: Kmečki glas.

Bell, David in Gill Valentine. 1997. *Consuming geographies: we are where we eat*. London in New York: Routledge.

Benbrook, Charles, Xin Chao, Jaime Yáñez, Neal Davies in Preston Andrews. 2008. New Evidence Confirms the Nutritional Superiority of Plant-Based Organic Foods. *The Organic Center*. Dostopno prek: [https://organic-center.org/reportfiles/Nutrient\\_Content\\_SSR\\_Executive\\_Summary\\_FINAL.pdf](https://organic-center.org/reportfiles/Nutrient_Content_SSR_Executive_Summary_FINAL.pdf) (26. avgust 2016).

Bizilj, Alenka. 2013. 7 nasvetov za boljši spletni nastop. *Data*, 29. oktober. Dostopno prek: <http://data.si/blog/2013/10/29/7-nasvetov-za-boljsi-spletni-nastop/> (14. avgust 2016).

Blatnik, Matej in Matjaž Dovečar. 2010. *Značilnosti in pričakovanja potrošnikov ekološko pridelane hrane: Raziskovalni projekt pri predmetu Varstvo geografskega okolja (študija po naročilu Inštituta za trajnostni razvoj in Filozofske fakultete, Oddelek za geografijo, Raziskovalni center)*. Ljubljana: Filozofska fakulteta.

Boyle, Charles, Peter Wheale in Brian Sturges. 1984. *People, science and technology: a guide to advanced industrial society*. Brighton: WHEATSHEAF BOOKS LTD.

Božič, Katja. 2010. Zakaj si ne bi raja ustvarili že zdaj? *Jana* 40 (5. oktober).

Brillat-Savarin, Jean Anthelme. 2005. *Fiziologija okusa ali Meditacije o transcendentni gastronomiji*. Ljubljana: Krtina.

Brown, Cheryl and Stacy Miller. 2008. The Impacts of Local Markets: A Review of Research on Farmers Markets and Community Supported Agriculture (CSA). *American Journal of Agricultural Economics* 90 (5): 1298–1302.

Cosmopolitan. 2016. Dostopno prek: <http://www.cosmopolitan.si/aktualno/aktivnisi-ima-novo-spletno-podobo/> (30. maj 2016).

Čebokli, Andrej. 2013. Profesor Bohanec: Z veseljem bi kupil oranžni ananas, a mi država te izbire ne dovoli. *Delo*, 8. oktober. Dostopno prek: <http://www.rtv.slo.si/znanost-in-tehnologija/profesor-bohanec-z-veseljem-bi-kupil-oranzni-ananas-a-mi-drzava-te-izbire-ne-dovoli/319544> (26. maj 2016).

Čepič, Mitja. 2007. *Ženske v pogovornih oddajah slovenskih televizij*. Ljubljana: Inštitut za civilizacijo in kulturo.

Čermak, Miša. 2011a. Molitev za dobre pridelke. *Jana* 25 (21. junij).

--- 2011b. Z zemljo se da preživeti. *Jana* 16 (19. april).

Černelič, Ivanka, ur. 1991. *Slovar slovenskega knjižnega jezika*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.

Dahm, Molly J., Aurelia V. Samonte, Amy R. Shows. 2009. Organic Foods: Do Eco-Friendly Attitudes Predict Eco-Friendly Behaviours? *Journal of American College Health* 58 (3): 195–202.

Dakić, Lana. 2008. *Zakaj je recesija dobra?* Dostopno prek: <http://www.mojevro.si/226129> (9. junij 2016).

Davies, Anne, Albert J. Titterington in Clive Cochrane. 1995. Who buys organic food? A profile of the purchasers of organic food in Northern Ireland. *British Food Journal* 97 (10): 17–23.

Davies, Danny in Danny Moss. 2003. Perkins Foods – The place of public relations in the profile of a European food business. V *Public Relation Cases: International Perspectives*, ur. Danny Moss in Barbara DeSanto, 51–62. New York; London: Routledge.

Debenjak, Primož in Doris Debenjak. 2004. *Referenčne vrednosti za vnos hranil*. Ljubljana: Ministrstvo za zdravje.

*Delo*. 2011a. Pesticidi in nosečnost (12. maj). Dostopno prek: <http://www.delo.si/arhiv/pesticidi-in-nosecnost.html> (3. junij 2016).

--- 2011b. Do okolja prijaznejši prašiči? (7. januar). Dostopno prek: <http://www.delo.si/druzba/panorama/do-okolja-prijaznejsi-prasici.html> (3. junij 2016).

--- 2012a. Biohrana je komaj kaj bolj zdrava (11. september). Dostopno prek: <http://www.delo.si/arhiv/biohrana-je-komaj-kaj-bolj-zdrava.html> (3. junij 2016).

--- 2012b. Prednost pridelku, ki zraste v bližini (19. junij). Dostopno prek: <http://www.delo.si/arhiv/prednost-pridelku-ki-zraste-v-blizini.html> (3. junij 2016).

--- 2016. Dostopno prek: <http://dd.delo.si/kdosmo> (6. junij 2016).

Erjavec, Emil, Miroslav Rednak, Tina Volk. 2001. *Pregled kmetijske politike: Slovenija*. Ljubljana: Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano Republike Slovenija.

Erjavec, Karmen in Melita Poler Kovačič. 2007. Kritična diskurzivna analiza novinarskih prispevkov. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Fillion, Laurence in Stacey Arazi. 2002. Does organic food taste better? A claim substantiation approach. *Nutrition & Food Science* 32 (4): 153–157.

Flere, Sergej. 2000. Sociološka metodologija. Maribor: Pedagoška fakulteta Maribor.

Furlan, Simona. 2010. Zdravje raste na vrtu. *Jana* 10 (9. marec).

Gabrijelčič Blenkuš, Mojca, Matej Gregorič, Blanka Tivadar, Verena Koch, Stojan Kostanjevec, Vida Fajdiga Turk, Aleksandra Žalar, Darja Lavtar, Doroteja Kuhar in Uroš Rozman. 2009. *Prehrambene navade odraslih prebivalcev Slovenije z vidika varovanja zdravja*. Ljubljana: Pedagoška fakulteta.

Grizila, Sonja. 2011. Kaj naj sploh še jemo? *Jana* 2 (11. januar).

Halweil, Brian. 2007. Still No Free Lunch: Nutrient levels in U.S. food supply eroded by pursuit of high yields. *The Organic Center*. Dostopno prek: [https://www.organic-center.org/reportfiles/Yield\\_Nutrient\\_Density\\_Final.pdf](https://www.organic-center.org/reportfiles/Yield_Nutrient_Density_Final.pdf) (26. avgust 2016).

Hrastar A., Mateja. 2012. Hrane ne cenimo, ker je prepoceni. *Jana* 6 (21. februar).

Hrovatič, Renata. 2010. Koliko sploh veste o ekologiji? *Jana* 36 (7. september).

*Inštitut Kon-cert*. 2011. Dostopno prek: [http://www.kon-cert.si/datoteke/Novice/Oznacevanje\\_ekoloskih\\_zivil\\_2011\\_2.pdf](http://www.kon-cert.si/datoteke/Novice/Oznacevanje_ekoloskih_zivil_2011_2.pdf) (1. junij 2016).

Jamnik, Mojca. 2010. Kako eko je bio? *Aktivni*, 8. Oktober. Dostopno prek: <http://www.aktivni.si/prehrana/kako-eko-je-bio/> (30. maj 2016).

*Jana*. 2010a. Kako koristna je ekologija? 4 (26. januar).

--- 2010b. Prste stran od strupov! 1 (5. januar).

--- 2012. Je neplodno seme sploh ekološko? 35 (28. avgust).

Jančič, Zlatko. 1999. *Celostni marketing*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Kastrin, Andrej. 2008. Metaanaliza in njen pomen za psihološko metodologijo. *Psihološka obzorja* 17 (3): 25–42.

Kirn, Andrej. 2003. Ekološka / okoljska zavest Slovencev na pragu tretjega tisočletja. *Teorija in praksa* 40 (1): 17–36.

--- 2003. Ekološka/okoljska zavest Slovencev na pragu tretjega tisočletja. *Teorija in praksa* 40 (1): 17–36.

--- 2004. *Narava, družba, ekološka zavest*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Komat, Anton. 2010. Kako težavno je biti Slovenec. *Jana* 18 (4. maj).

Kos, Drago. 1992. Spreminjanje ekološke zavesti in vidiki ekološke mobilizacije. *Ekološke sondaže*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- 2004. Tri ravni trajnostnega razvoja. *Teorija in praksa* 41 (1–2): 332–339.

Kotler, Philip, Gary Armstrong, John Saunders in Veronica Wong. 1996. *Principles of Marketing*. London: Prentice Hall Europe.

Kotler, Philip. 1996. *Marketing management – trženjsko upravljanje: analiza, načrtovanje, izvajanje in kontrola*. Ljubljana: Slovenska knjiga.

Krapež, Milka. 2011. Naravni borci proti pesticidom. *Jana* 37 (13. september).

Kristl, Janja, Andreja Urbanek Krajnc, Branko Kramberger in Silva Grobelnik Mlakar. 2013. Strawberries From Integrated and Organic Production: Mineral Contents and Antioxidant Activity. *Acta Chim. Slov.* 60: 19–25.

Kulovec, Milena in sodelavci. 2002. *Dopolnilne dejavnosti na kmetiji*. Ljubljana: Kmečki glas.

Lah, Avguštin. 1994. Kriza okolja. *Človek in njegovo okolje: celostno razumevanje okolja - izziv na pragu tretjega tisočletja*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo in šport.

Lončar, Sanja. 2010. Zakaj je zdrava hrana tako draga? *Viva.si*, 23. september. Dostopno prek: <http://www.viva.si/Ekolo%C5%A1ka-prehrana/2010/Zakaj-je-zdrava-hrana-tako-draga> (13. avgust 2016).

--- 2010a. Ni vsak kakav zdrav! *Jana* 2 (12. januar).

--- 2010b. Pozor pri izbiri lanenega semena. *Jana* 9 (2. marec).

--- 2010c. Ali lahko zaupamo vsem bio izdelkom? *Jana* 31 (3. avgust).

--- 2012. Smo eko verniki? *Jana* 10 (6. marec).

Marolt, Metka in Blanka Tivadar. 2003. Potrošnja ekološko pridelane hrane: pot do zdravja in osebne rasti. *Družbena gibanja in civilna družba danes*. Ljubljana: Slovensko sociološko društvo.

Mažgon, Stane. 2010. Spački na naših krožnikih. *Jana* 12 (23. marec).

Mihajlovič, Stela. 2009. *Izkoristite priložnosti, ki jih ponuja recesija*. Dostopno prek: <http://mojefinance.finance.si/235132?cctest&> (9. junij 2016).

Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano. 2016. *Analiza stanja ekološkega kmetovanja*. Dostopno prek: [http://www.mkgp.gov.si/si/delovna\\_podrocja/kmetijstvo/ekolosko\\_kmetovanje/analiza\\_stanja\\_ekoloskega\\_kmetovanja/](http://www.mkgp.gov.si/si/delovna_podrocja/kmetijstvo/ekolosko_kmetovanje/analiza_stanja_ekoloskega_kmetovanja/) (20. maj).

--- 2016. *Kaj je integrirana pridelava*. Dostopno prek: [http://www.mkgp.gov.si/si/delovna\\_podrocja/kmetijstvo/integrirana\\_pridelava/](http://www.mkgp.gov.si/si/delovna_podrocja/kmetijstvo/integrirana_pridelava/) (20. maj).

Montanari, Massimo. 1998. *Lakota in izobilje: evropska zgodovina prehranjevanja*. Ljubljana: Založba /\*cf.

Mulukutla, Saarang, Jonathan Riddle in Lisa Heberling. 2015. Vitamin C in Fruits: Does Organic Make a Difference? *Journal of Emerging Investigators*. Dostopno prek: [http://www.emerginginvestigators.org/wp-content/uploads/2015/09/vitaminC\\_final.pdf](http://www.emerginginvestigators.org/wp-content/uploads/2015/09/vitaminC_final.pdf) (26. avgust 2016).

Ogrinec, Dejan. 2013. Ekološki Gorenjci. *Jana* 14 (2. april).

Perenič, Irena. 1994. Sožitje človeka z naravo – resničnost ali utopija. *Človek in njegovo okolje: celostno razumevanje okolja - izziv na pragu tretjega tisočletja*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo in šport.

Petrič, Silvestra Rogelj. 2013. Biooglje – za boljšo zemljo in proti odvečnemu CO<sub>2</sub>. *Delo*, 5. september. Dostopno prek: <http://www.delo.si/arhiv/biooglje-za-boljso-zemljo-in-proti-odvecnemu-co26627-7.html> (3. junij 2016).

Podmenik, Dane. 2012. *Trendi in perspektive ekološkega kmetijstva s poudarkom na Sloveniji in Slovenski Istri*. Ljubljana: Založba Vega.

Podnar, Klement. 2011. *Korporativno komuniciranje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Pojbič, Jože. 2010. Ekološka živila le počasi v javno prehrano. *Delo*, 28. avgust. Dostopno prek: <http://www.delo.si/arhiv/ekoloska-zivila-le-pocasi-v-javno-prehrano.html> (27. maj 2016).

--- 2012. »Brez reklame prodamo vse, kar pridelamo«. *Delo*, 11. september. Dostopno prek: <http://www.delo.si/arhiv/brez-reklame-prodamo-vse-kar-pridelamo.html> (3. junij 2016).

Potočnik, Vekoslav. 2005. *Osnove trženja : s primeri iz prakse*. Ljubljana: GV Založba.

Požar, Jasna. 2003. *Hranoslovje – zdrava prehrana*. Maribor: Obzorja.

Požarnik, Hubert. 1994. Za drugačno gospodarjenje in življenje. *Človek in njegovo okolje: celostno razumevanje okolja - izziv na pragu tretjega tisočletja*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo in šport.

Prijatelj, Maja, Barbara Pavlin in Borut Tavčar. 2013. Kolesari, ločuj, varčuj in jej ekološko. *Delo*, 18. januar. Dostopno prek: <http://www.delo.si/arhiv/kolesari-locuj-varcuj-in-jej-ekolosko.html> (3. junij 2016).

Prijatelj, Maja. 2011a. Goljufive ekološke kmete prej ali slej zasačijo. *Delo*, 5. avgust. Dostopno prek: <http://www.delo.si/arhiv/goljufive-ekoloske-kmete-prej-ali-slej-zasacijo.html> (3. junij 2016).

--- 2011b. S čim smo zastupljeni in kako zelo. *Delo*, 12. avgust. Dostopno prek: <http://www.delo.si/druzba/zdravje/s-cim-smo-zastrupljeni-in-kako-zelo.html> (3. junij 2016).

--- 2012. Biodinamik je lahko le najboljši kmet. *Delo*, 22. junij. Dostopno prek: <http://www.delo.si/arhiv/biodinamik-je-lahko-le-najboljsi-kmet.html> (3. junij 2016).

--- 2013a. Kakor poljub sladek mango sredi zime. *Delo*, 12. februar. Dostopno prek: <http://www.delo.si/arhiv/kakor-poljub-sladek-mango-sredi-zime.html> (3. junij 2016).

--- 2013b. Na sledi genu, ki bi znova obudil igorja. *Delo*, 13. september. Dostopno prek: <http://www.delo.si/arhiv/na-sledi-genu-ki-bi-znova-obudil-igorja.html> (3. junij 2016).



Repič, Polonca, Martina Bavec, Dominika Štabuc Starčević in Ignac Vučko. 2005. *Dovoljena sredstva za ekološko kmetijstvo 2005*. Maribor: Fakulteta za kmetijstvo, Inštitut za kontrolo in certifikacijo v kmetijstvu.

Roblek, Vasja. 2009. Primer izpeljave analize besedila v kvalitativni raziskavi. *Management* 4 (1): 53–69.

Roitner-Schobesberger, Birgit, Ika Darnhofer, Suthichai Somsook, Christian R. Vogl. 2008. Consumer perceptions of organic foods in Bangkok, Thailand. *Food Policy* 33: 112–121.

Rovan, Goran. 2014. Prve slovenske ekopotrvi lahko poizkusite le na Sromljah. *Rtvslo*, 27. marec. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/lokalne-novice/prve-slovenske-ekopotrvi-lahke-poizkusite-le-na-sromljah/333139> (15. Avgust 2016).

*Rtvslo* 2010. »Ekohrana je kakovostnejša in zato tudi dražja«, 11. december. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/okolje/ekohrana-je-kakovostnejša-in-zato-tudi-dražja/246025> (30. maj 2016).

--- 2011a. Ekohrana odlična za boj proti podnebnim spremembam, 7. Januar. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/okolje/ekohrana-odlična-za-boj-proti-podnebnim-spremembam/247943> (30. maj 2016).

--- 2011b. Matej Gregorič, Inštitut za varovanje zdravja RS, 3. Avgust. Dostopno prek: [http://www.rtv slo.si/modload.php?&c\\_mod=rtvchat&op=chat&func=read&c\\_id=1500](http://www.rtv slo.si/modload.php?&c_mod=rtvchat&op=chat&func=read&c_id=1500) (30. maj 2016).

--- 2012. Raziskava: Organska hrana ni nič bolj zdrava, 4. september. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/znanost-in-tehnologija/raziskava-organska-hrana-ni-nič-bolj-zdrava/290757> (30. maj 2016).

--- 2013a. Hrana iz soseščine kot upor proti multinacionalkam – pa še okusnejša je, 17. junij. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/okolje/hrana-iz-sosescine-kot-upor-proti-multinacionalkam-pa-se-okusnejša-je/311222> (30. maj 2016).

--- 2013b. Svet proti Monsanto ali kako omejiti uporabo gensko spremenjenih organizmov, 25. maj. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/okolje/svet-proti-monsantu-ali-kako-omejiti-uporabo-gensko-spremenjenih-organizmov/309592> (30. maj 2016).

--- 2016. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/strani/o-rtv-slovenija/2> (6. junij 2016).

Sajovic, Kaja. 2013. Vrtničarstvo v vsak dom: Je eko res eko? In slovenski česen res slovenski? *Rtvslo*, 24. oktober. Dostopno prek: <http://www.rtv slo.si/okolje/vrtickarstvo-v-vsak-dom-je-eko-res-eko-in-slovenski-cesen-res-slovenski/320867> (30. maj 2016).

Samolec, Mario. 2012. So bio/eko izdelki res boljših od navadnih? *Aktivni*, 23. februar. Dostopno prek: <http://www.aktivni.si/prehrana/so-bioeko-izdelki-res-boljsi-od-navadnih/> (30. maj 2016).

Sernec, Ivan. 2004. Modrost in vrednotna izročila holističnih civilizacij. *Človek in njegovo okolje: celostno razumevanje okolja - izziv na pragu tretjega tisočletja*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo in šport.

Skubic, Valentin. 2011. Dosledno upoštevajte navodila o uporabi, opozorila in omejitve. *Delo*, 5. maj. Dostopno prek: <http://www.delo.si/arhiv/dosledno-upostevajte-navodila-o-uporabi-opozorila-in-omejitve.html> (3. junij 2016).

Smith, Erin, Charles Benbrook in Donald R. Davis. 2012. With the Grain: A closer look at the nutrient quality of grain, grain-based products, and the role of organic agriculture. *The Organic Center*. Dostopno prek: <https://organic-center.org/reportfiles/WithTheGrainFinalReport.pdf> (26. avgust 2016).

Smith-Spangler, Crystal, Margaret L. Brandeau, Grace E. Hunter, Clay Bavinger, Maren Pearson, Paul J. Eschbach, Vandana Sundaram, Hau Liu, Patricia Schirmer, Christopher Stave, Ingram Olkin in Dena M. Bravata. 2012. Are Organic Foods Safer or Healthier Than Conventional Alternatives? A Systematic Review. *Annals of Internal Medicine* 157: 348–366.

Solomon, R. Michael. 2009. *Consumer Behaviour: Buying, Having and Being*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Splichal, Slavko. 1973. *Metode v komunikoloških raziskavah*. Ljubljana: Fakulteta za sociologijo, politične vede in novinarstvo.

Šinkovec, Mito. 2010. Kaj je prava hrana. *Aktivni*, 30. november. Dostopno prek: <http://www.aktivni.si/prehrana/za-aktivne/kaj-je-prava-hrana/> (30. maj 2016).

Šoštarič, Marjeta. 2011a. Evropska nagrada za eko živilo. *Delo*, 22. oktober. Dostopno prek: <http://www.delo.si/arhiv/evropska-nagrada-za-eko-zivilo.html> (3. junij 2016).

--- 2011b. Škodljiva hrana tudi na naših krožnikih. *Delo*, 3. Februar. Dostopno prek: <http://www.delo.si/gospodarstvo/skodljiva-hrana-tudi-na-nasih-kroznikih.html> (3. junij 2016).

--- 2011c. Zloraba genske tehnologije v kmetijstvu. *Delo*, 4. februar. Dostopno prek: <http://www.delo.si/gospodarstvo/zloraba-genske-tehnologije-v-kmetijstvu.html> (3. junij 2016).

--- 2011č. Strah pred vsiljeno pridelavo. *Delo*, 2. februar. Dostopno prek: <http://www.delo.si/gospodarstvo/strah-pred-vsiljeno-pridelavo.html> (3. junij 2016).

--- 2012a. (Ne)premagljive ovire. *Delo*, 20. junij. Dostopno prek: <http://www.delo.si/arhiv/nepremagljive-ovire.html> (3. junij 2016).

--- 2012b. Hrana iz gensko spremenjenih rastlin? Hvala, ne bi. *Delo*, 7. maj. Dostopno prek: <http://www.delo.si/gospodarstvo/okolje/hrana-iz-gensko-spremenjenih-rastlin-hvala-ne-bi.html> (3. junij 2016).

--- 2012c. Več hrane iz varovanega okolja. *Delo*, 5. april. Dostopno prek: <http://www.delo.si/gospodarstvo/okolje/vec-hrane-iz-varovanega-okolja.html> (3. junij 2016).

Tarman, Kazimir. 1994. Ekologija in njen pomen. *Človek in njegovo okolje: celostno razumevanje okolja - izziv na pragu tretjega tisočletja*. Ljubljana: Zavod Republike Slovenije za šolstvo in šport.

Tavčar, Borut. 2012. Imamo en svet, treba je ravnati trajnostno. *Delo*, 14. december. Dostopno prek: <http://www.delo.si/arhiv/imamo-en-svet-treba-je-ravnati-trajnostno.html> (3. junij 2016).

Thøgersen, John. 2010. Country Differences in Sustainable Consumption: The Case of Organic Food. *Journal of Macromarketing* 30 (2): 171–185.

Tivadar, Blanka. 1998. *Hrana kot simbolna potrošnja*. Magistrsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Tuškej, Mitja. 2015. *Brez frendov ni brendov*. Ljubljana: Medijski partner.

Ucman, Renata. 2010a. Lažejo nam, da je hrana varna. *Jana* 25 (22. junij).

--- 2010b. Domača semena – vir našega preživetja. *Jana* 19 (11. maj).

--- 2010c. Tihi sovražnik vsepovsod. *Jana* 43 (26. oktober).

--- 2010č. Zahtevajmo izdelke z oznako GSO! *Jana* 44 (2. november).

--- 2011a. Genski hokuspokus ne bo rešil čebel! *Jana* 21 (24. maj).

--- 2011b. Koktajli pesticidov v menzi. *Jana* 22 (31. maj).

--- 2011c. Končno eko slovensko meso! *Jana* 42 (18. oktober).

--- 2011č. Na tržnici je še hujše. *Jana* 5 (1. februar).

--- 2011d. Nevarno meso v akciji. *Jana* 7 (15. februar).

--- 2011e. Paradižnik z »intenzivne nege«. *Jana* 24 (14. junij).

--- 2012a. Od pridelave zelenjave se lepo živi! *Jana* 29 (17. julij).

--- 2012b. Sir z energijo. *Jana* 46 (13. november).

Ule, Mirjana in Miro Kline. 1996. *Psihologija tržnega komuniciranja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Uršič, Anja. 2013. Hrana brez embalaže. *Društvo Ekologi brez meja*, 15. oktober. Dostopno prek: <http://ebm.si/o/sl/koristno/hrana/464-hrana-brez-embalaze> (13. avgust 2016).

Uršič, Matjaž. 2008. Problem popularizacije strokovnih besedil: analiza medijskih diskurzov o ljubljanskem urbanizmu. *Urbani izziv* 19 (1): 66–76.

Velimirov, Alberta in Thomas Lindenthal. 2012. Opinion on the publication of the Stanford University Medical School study: »Are Organic Foods Safer or Healthier Than Conventional Alternatives? A Systematic Review«. *Annals of Internal Medicine* 212 (157): 348-366.

Vrečko, Maks. 2006. *Kako uspešno tržiti na kmetiji*. Ljubljana: Kmečki glas.

Vuk, Drago. 2000. *Uvod v ekološki management*. Kranj: Moderna organizacija.

*Zakon o medijih* (Zmed-UPB1). Ur. l. RS 110/2006. Dostopno prek: <https://www.uradni-list.si/1/content?id=76040> (6. avgust 2016).

Zanoli, Raffaele in Simona Naspetti. 2002. Consumer motivations in the purchase of organic food. *British Food Journal* 104 (8): 643–653.

*Zarja*. 2016. Dostopno prek: <http://revijazarja.si/o-reviji> (6. junij 2016).

Žel, Jana. 2011. Kako odkriti gensko spremenjene organizme. *Delo*, 8. december. Dostopno prek: <http://www.delo.si/druzba/znanost/kako-odkriti-gensko-spremenjene-organizme.html> (3. junij 2016).

Željani, Katja. 2013. Ekološka pridelava zelenjave zaostaja za povpraševanjem. *Delo*, 6. maj. Dostopno prek: <http://www.delo.si/arhiv/ekoloska-pridelava-zelenjave-zaostaja-za-povprasevanjem.html> (3. junij 2016).

Žerjavič, Peter. 2011. Dioksin iz krme v dunajski zrezek. *Delo*, 12. januar. Dostopno prek: <http://www.delo.si/novice/svet/dioksin-iz-krme-v-dunajski-zrezek.html> (3. junij 2016).

Žibret, Andreja. 2010. Kupili bi več ekoživil, kot jih kmetje pridelajo. *Delo*, 28. oktober. Dostopno prek: <http://www.delo.si/arhiv/kupili-bi-vec-ekoivil-kot-jih-kmetje-pridelajo.html> (27. maj 2016).

Žibret, Mateja. 2009. *Vrednote kot motiv družbeno odgovorne potrošnje: primer ekološke hrane*. Magistrsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.