

Dominika Potkańska

Zmierzch epoki tradycyjnego konsumenta, czyli jak wspólne zakupy ekologicznej żywności kształtują tożsamość społeczną młodych Polaków. Odradzający się ruch żywieniowy kooperatyw spożywczych w Polsce – przykład Warszawy



Kooperatywy spożywcze, czyli nieformalne grupy osób, które raz na tydzień organizują wspólne zakupy ekologicznej żywności bezpośrednio od rolnika bądź na giełdzie warzywnej, na stałe wpisały się już w krajobraz warszawskich alternatywnych form konsumpcji. Czy jesteśmy świadkami narodzin nowego rodzaju konsumenta, który nie jest już biernym klientem sieci supermarketów i wiernym czytelnikiem gazetki promocyjnych, ale który stał się ważnym partnerem dla producentów żywności? Konsumenta świadomego, że jego decyzje zakupowe wpływają na system produkcji i dystrybucji żywności, dla którego to nie sama cena, ale lokalność i bezpośredniość stały się podstawą współpracy i transakcji?

Celem przeprowadzonych przeze mnie w 2012 roku badań była analiza sposobu działania jednej z kooperatyw spożywczych istniejących w Warszawie z perspektywy teorii nowych ruchów społecznych. W ramach badań przeprowadziłam wywiady indywidualne z dwudziestoma członkami wspomnianej kooperatywy. W niniejszym artykule chciałabym przedstawić wyniki analizy funkcjonowania kooperatywy spożywczej ze szczególnym uwzględnieniem opisu celów i funkcji, jakie realizuje kooperatywa. Ciekawiło mnie bowiem, czy w działalności kooperatywy chodzi tylko o dostęp do taniej i sezonowej żywności. Czy kooperatywa to tylko ruch konsumencki?

Ruch kooperatyw spożywczych rozwija się prężnie nie tylko w Warszawie. Obecnie tego rodzaju inicjatywy funkcjonują w kilku miastach w Polsce. Ja natomiast w swoich badaniach chciałam się skupić na analizie jednej z największych warszawskich kooperatyw spożywczych, ponieważ to właśnie Warszawa jest kolebką nieformalnego ruchu żywieniowego, będącego przedmiotem moich zainteresowań badawczych.

Funkcjonowanie kooperatywy spożywczej analizowałam przez pryzmat kilku dwudziestowiecznych teorii socjologicznych koncentrujących się na dynamice społecznej, takich jak m.in. teoria nowych ruchów społecznych Clausa Offego, teoria dynamiczna Alaina Touraina czy koncepcja działań i tożsamości zbiorowych stworzona przez Alberta Melucciego. W literaturze przedmiotu ruch społeczny określany jest jako „spontaniczne i masowe wiązanie się ludzi z określonymi ideami społeczno-moralnymi, często ukierunkowanymi politycznie”¹. Badacze postrzegają ruchy społeczne jako „jedną z najpotężniejszych form działania zbiorowego”². Istotną rolę w tworzeniu się ruchu społecznego odgrywają interakcje społeczne, dzięki którym możliwe jest kreowanie i rozpowszechnianie informacji inicjujących konkretne działania. Interakcje te mają wpływ na kształtowanie się wspólnej tożsamości uczestników ruchu społecznego³.

Powstawanie nowych ruchów społecznych zazwyczaj jest interpretowane jako próba odpowiedzi na niezaspokojone

¹ A. Kamiński, *Funkcje pedagogiki społecznej. Praca socjalna i kulturalna*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe 1982, s. 165; cyt. za: *Organizacje pozarządowe w społeczeństwie obywatelskim*, red. M. Załuska, J. Boczoń, Warszawa: Interart 1996, s. 62.

² A. Giddens, *Socjologia*, przeł. A. Szulczycka, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2007, s. 464.

³ Zob. P. Gliński, *Polscy Zieloni*, Warszawa: Wydawnictwo IFIS PAN 1996.

potrzeby danej grupy. Jednocześnie ruchy społeczne są świadectwem nowych wartości i stylów życia, które nie znalazły miejsca w istniejącym systemie instytucjonalnym⁴. Przykładem nowych ruchów społecznych są ruchy broniące praw człowieka, pacyfistyczne czy ekologiczne.

W socjologii stosowane są różne typologie ruchów społecznych, ale chyba tym, który najlepiej oddaje ich specyfikę, jest zaproponowany przez Clausa Offego podział na ruchy stare i nowe. W ujęciu teoretycznym inicjatywy takie jak warszawski ruch kooperatyw spożywczych możemy zaliczyć do nowych ruchów społecznych, które w odróżnieniu od inicjatyw o podłożu ekonomiczno-politycznym (czyli starych ruchów społecznych, rozwijających się od początku XIX wieku) mają na celu stworzenie alternatywy wobec obowiązujących wzorców kulturowych oraz wartości. Claus Offe wskazuje, że tym, co przede wszystkim odróżnia nowe ruchy społeczne od starych, jest pole aktywności „przejawiające się w zainteresowaniu terytorium (fizycznym), »światem życia« (takim jak ciało ludzkie, zdrowie, tożsamość seksualna), otoczeniem sąsiedzkim, miejskim środowiskiem, dziedzictwem kulturalnym, etnicznym, narodowym i językowym i tożsamością w tych zakresach: fizycznymi warunkami życia i przeżycia gatunku ludzkiego jako całości”⁵.

Kolejną cechą odróżniającą nowe ruchy społeczne od starych, która obrazuje sposób działania badanej przeze mnie inicjatywy, jest różny stopień zorganizowania. Te dominujące kiedyś cechował większy od obecnych stopień hierarchiczności

⁴ Zob. B. Misztal, *Socjologiczna teoria ruchów społecznych*, „Studia Socjologiczne” 1984, nr 1, t. 92, s. 121–122.

⁵ C. Offe, *Nowe ruchy społeczne: przekraczanie granic polityki instytucjonalnej*, w: *Socjologia. Lektury*, red. P. Sztompka, M. Kucia, Kraków: Zak 2005, s. 222.

oraz sformalizowania struktur. Nowe ruchy społeczne są to inicjatywy nieformalne, zarządzane demokratycznie i oparte na dobrowolnym członkostwie. Z kolei opisując zewnętrzne sposoby działania ruchu społecznego, Offe wskazuje przede wszystkim na formę protestu⁶. Kooperatywa proponuje jednak inny model, polegający na praktycznym działaniu metodą małych kroków, czyli organizowaniu cotygodniowych zakupów. To pozwala na włączanie ludzi w decydowanie o tym, co się dzieje wokół nich.

Istotnym tłem powstania warszawskich kooperatyw spożywczych i ich rozwoju było kilka procesów społecznych. Wśród nich warto wskazać nastroje rozczarowania systemem demokracji, obecne szczególnie wśród młodego pokolenia. Z drugiej strony możemy obserwować narastające z wątpienie we wzrost gospodarczy jako główny czynnik rozwoju społeczno-ekonomicznego. Szerszym kontekstem powstania tego nieformalnego ruchu żywieniowego jest narastający kryzys gospodarczy i kryzys idei państwa dobrobytu w Europie. Jednocześnie wraz z upowszechnianiem się wartości postmateriałnych w polskim społeczeństwie zwiększa się także świadomość konsumencka, ekologiczna – związana z kwestiami bezpieczeństwa żywnościowego oraz społeczna – odnosząca się do roli relacji społecznych w rozwoju społecznym.

Punktem wyjścia moich prac badawczych była analiza materiałów prasowych poświęconych badanej przeze mnie kooperatywie spożywczej, które ukazały się w mediach papierowych oraz elektronicznych. Celem analizy było uchwycenie sposobów intepretowania i postrzegania tej inicjatywy o charakterze społecznym przez świat mediów. Analiza prasy była jedynie elementem uzupełniającym właściwą analizę

⁶ Zob. tamże, s. 223.

wywiadów jakościowych, ale pozwalającym na zidentyfikowanie interesujących zależności. W treści przeanalizowanych materiałów prasowych pojawiały się między innymi określenia: „Warzywni Don Kichoci”, „Chcą zmienić świat marchewką”. Warto zauważyć, że mimo tego, iż autorzy artykułów pozytywnie oceniali funkcjonowanie badanej przez mnie kooperatywy spożywczej, przytoczone powyżej określenia kształtowały wizerunek tego rodzaju inicjatyw jako przykładu dziecinnego, naiwnego działania, które nie ma szans przełożenia się na zmianę społeczną.

Prezentację wniosków z analizy warto rozpocząć od opisu struktury społecznej badanej kooperatyw spożywczej. W kooperatywie działają przede wszystkim ludzie w wieku 25–30 lat, z wykształceniem wyższym i o dużym kapitale społecznym oraz kulturowym. Jak wskazują respondenci, związane jest to z jednej strony z posiadaniem przez tę grupę społeczną odpowiednich kompetencji do udziału w takim przedsięwzięciu, a z drugiej strony z brakiem uprzedzeń do działalności społecznej, które cechują z kolei starsze pokolenie. Tak to ujął jeden z moich rozmówców: „Młodzi wiedzą, na czym polega prawdziwe zaangażowanie obywatelskie i nie mają tego skazenia przymusowym udziałem w czynach społecznych w czasach PRL”. Członkowie kooperatywy, z którymi przeprowadziłam wywiady, deklarowali, że na tamten moment do nieformalnej spółdzielni należało 60 osób.

Jak w praktyce działa kooperatywa spożywcza? Stanowi ona przykład nieformalnej organizacji o płaskiej strukturze zarządzania, w której decyzje podejmowane są w oparciu o zasadę konsensusu. Sama organizacja zakupów przebiega rotacyjnie, członkowie są podzieleni na grupy, które są odpowiedzialne za organizację kolejnych zakupów. Pełnienie funkcji zakupowych nie jest obowiązkowe, podobnie jak i udział

w zakupach, co powoduje narastający problem „pasażerów na gapę”. „Niestety pojawiają się osoby, które zapisują się, a potem znikają. Ciągłe mobilizowanie członków kooperatywy do udziału w zakupach, ale i do czynnego zaangażowania przy organizacji zakupów uważam za największe wyzwanie w tym momencie” – deklarował jeden z członków kooperatywy.

Jednym z głównych celów kooperatywy jest wypracowanie najlepszego modelu organizowania produkcji i dystrybucji żywności, dzięki któremu członkowie grupy zyskają dostęp do zdrowych i tanich produktów bezpośrednio od rolnika. Według respondentów funkcjonujące na rynku sklepy nie zapewniają im dostępu do taniej i niemodyfikowanej genetycznie żywności. Co istotne, członkowie kooperatywy ten utrudniony dostęp interpretują nie tylko w kategorii niezaspokojonych potrzeb konsumenta, ale także jako utratę poczucia kontroli nad wyborami konsumenckimi, a właściwie utratę poczucia wiary w kontrolę instytucjonalną: „To jest podstawowa kwestia: co się je. Ludzie stracili nad tym kontrolę. A kooperatywa pomaga odzyskać wiarę, że da się to zmienić”. Wśród moich rozmówców bardzo często padały opinie, że to kontakty z producentem żywności czy bezpośredni udział w procesie zakupów żywności na giełdzie stanowią większą wartość niż fakt oznakowania danych produktów certyfikatami ekologicznymi.

Deklarowane przez członków kooperatywy poczucie utraty kontroli nad wyborami konsumenckimi jest silnym czynnikiem motywującym moich respondentów do działania: „Wspólnie organizujemy zakupy tańszych i zdrowszych warzyw i owoców. W przeciwieństwie do jedzenia z hipermarketu mamy znaczną kontrolę nad jakością i świeżością produktów, które kupujemy”. Jednak w wypowiedziach moich rozmówców pojawiają się dwie sprzeczne opinie na temat pożądanych cech żywności, którą powinna kupować kooperatywa.

Większości członków zależy na dostępie do ekologicznej żywności. Z uwagi na system produkcji, który zakłada użycie tylko naturalnych środków uprawy, cena żywności ekologicznej jest zwykle wyższa niż średnia cena rynkowa żywności dostępnej w supermarkecie. Często niemożliwy jest więc zakup warzyw, które są jednocześnie i tanie, i ekologiczne. Jednak to żywność nawet droższa, ale niemodyfikowana genetycznie i sezonowa, jest tym, co przede wszystkim jest istotne dla większości członków kooperatywy: „Mi zależy na żywności ekologicznej albo na żywności ekologicznej niecertyfikowanej. Ekologię w naszych zakupach rozumiem też jako sezonowość, to jest bardzo ważne, bo to w dużej mierze gwarantuje, że coś nie jest sprowadzane, ale prosto z pola. To jest wybór, bo nie będzie w danym miesiącu tego i tego, ale będą same dynie, super, będziemy przerabiać dynie”.

Są jednak osoby, które nie myślą o kupnie żywności ekologicznej ze względów ekonomicznych, więc część zakupów odbywa się w związku z tym na giełdzie warzywnej. Jak tłumaczyli mi kooperatyci, kupując żywność na giełdzie, wcale nie ma się pewności, skąd pochodzi dany produkt, ale omija się samych pośredników, więc jest taniej niż w sklepie. „Ale w kooperatywie są osoby, które kupują tylko na giełdzie. Nie powinniśmy wspierać rolnictwa przemysłowego, stawka jest zbyt wysoka, jeżeli chodzi o wpływ środowiskowy i społeczny, i jak krajobraz tego kraju będzie wyglądał?”. Zdaniem większości respondentów połączenie obu tych podejść nie jest możliwe: „To się czasem wyklucza. Z żywnością ekologiczną nie jesteśmy w stanie zejść z cenami niżej ceny supermarketowej. Kooperatywa nie jest w stanie odpowiedzieć na wszystkie łączki społeczne”.

Z powodu wspomnianej już powyżej kwestii nieobowiązkowego udziału w cotygodniowych zakupach siła nabywca

grupy jest trudna do określenia, co staje się główną przeszkodą nawiązania stałej i bezpośredniej współpracy z rolnikami. Mimo podjętych w tym kierunku działań w dalszym ciągu część dystrybuowanej wśród członków żywności pochodzi z podwarszawskiej giełdy warzywnej.

Badani często podkreślali, że ich celem jest działalność poza rynkiem komercyjnym, ponieważ chcą działać na lokalnym rynku i wspierać lokalnych rolników. Deklarowali, że ich celem nie jest przeprowadzenie rewolucji, ale wypracowanie alternatywnego modelu organizacji produkcji i dystrybucji żywności i przetestowanie go w małej skali. Za nie do końca zgodne z rzeczywistością uznali więc stwierdzenie o tym, że ich ruch „chce zmieniać świat”. Co istotne, w wypowiedziach członków pojawia się także kategoria odpowiedzialności wobec przyszłych pokoleń. Dzięki bezpośredniej współpracy z rolnikami członkowie kooperatywy mają kontrolę nad jakością żywności, a rolnicy nie muszą hodować warzyw zgodnie z wytycznymi wielkich koncernów.

Kooperatywa spożywcza to jednak nie tylko cotygodniowe zakupy taniej i zdrowej żywności. Osoby zaangażowane w tę działalność wskazują także na cele społeczne i edukacyjne. Kooperatywa umożliwia swoim członkom nawiązywanie nowych kontaktów towarzyskich, wymianę poglądów oraz realizowanie nowych wspólnych inicjatyw, skierowanych do społeczności lokalnej. Jak mówili respondenci: „Tu nie chodzi o to, żeby to była sprawna, anonimowa organizacja, gdzie dostępne są tanie i ekologiczne warzywa. Kooperatywa to ludzie, którzy się znają, lubią się i chcą coś razem zrobić”. Dla niektórych członków ten społeczny wymiar jest nawet bardziej istotny niż aspekt konsumencki: „To, że ludzie współpracują, to jest na pierwszym miejscu, dopiero później jest to, czym się zajmujemy”, „Ważne jest to, że działania podejmowane przez członków kooperatywy

mają swój początek w »chcieniu«, w dobrowolności, autentycznym zaangażowaniu”.

Mówiąc o celach działań kooperatywy, warto podkreślić dużą rolę środków komunikacji masowej, przede wszystkim internetu, w rozwoju tej inicjatywy i realizowaniu jej celów ekonomicznych, społecznych i edukacyjnych. Internet jest skutecznym i wygodnym narzędziem do informowania, rekrutowania członków, organizowania działań i wzmacniania tożsamości społecznej członków. Umożliwia przekazywanie własnych wartości i mobilizowanie ich w celu obrony, co jest kluczowe dla przetrwania i rozwoju ruchu społecznego⁷. Jak wskazuje Manuel Castells, „ruchy społeczne dwudziestego pierwszego wieku objawiają się w internecie i poprzez internet”⁸.

Zdaniem respondentów kooperatywa jest także próbą odbudowy kultury współdziałania ludzi w przedsięwzięciach nastawionych nie na osiągnięcie zysku, ale na realizację wspólnych celów, a także zrehabilitowania instytucji, jaką jest spółdzielnia, poprzez organizowanie działań zgodnie z zasadami spółdzielczymi. Wątek postrzegania tradycyjnej spółdzielczości przez współczesnych kooperatystów jest bardzo istotny dla przedstawienia pełnego kontekstu funkcjonowania i rozwoju ruchu nieformalnych kooperatyw spożywczych. Warto wspomnieć, iż ruch spółdzielczości spożywców ma w Polsce długie tradycje historyczne. Pierwsze stowarzyszenia spółdzielców spożywczych powstały jeszcze pod koniec XIX wieku, a w dwudziestoleciu międzywojennym sektor ten miał już potężny udział w rynku spożywczym. Obecnie w dalszym

⁷ Zob. P. Siuda, *Wolna kultura vs dyktat prawa autorskiego – krótka analiza ruchu społecznego „wolnej kultury”*, w: *Od robotnika do internauty. W kierunku społeczeństwa informacyjnego*, red. A. Siwik, L. H. Haber, Kraków: Uczelniana Wydawnictwa Naukowo-Dydaktyczne AGH 2008, s. 361–370.

⁸ M. Castells, *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, przeł. T. Hornowski, Poznań: Rebis 2003, s. 158.

ciągu funkcjonują spółdzielnie prowadzące sieci sklepów z artykułami żywnościowymi (i nie tylko), na przykład znana wszystkim spółdzielnia spożywców Społem. Niestety, w okresie PRL idea spółdzielczości uległa wypaczeniu, co wpłynęło na współczesny wizerunek sektora spółdzielczego. O ile osoby zaangażowane w działalność kooperatywy często odwoływały się w swoich wypowiedziach do historii i dorobku prekursorów spółdzielczości spożywców z lat przedwojennych, to już kwestia obecnie funkcjonujących spółdzielni spożywczych ani razu nie została poruszona w pozytywnym kontekście. Mimo historycznych związków obecnie funkcjonujących sformalizowanych spółdzielni spożywczych z pierwszymi kooperatywami spożywczymi badania wykazały, iż większość członków pochodzi nieufnie do współczesnych, sformalizowanych spółdzielni z tego sektora.

Kolejnym ważnym celem działań kooperatywy jest zwiększenie świadomości w kwestiach żywieniowych, zarówno wśród członków grupy, jak i wśród szeroko pojętej opinii publicznej. Członkowie deklarują, że udział w działaniach kooperatyw umożliwia wymianę doświadczeń i pogłębianie swojej wiedzy na temat pochodzenia warzyw, sezonowości i systemu dystrybucji żywności: „Patrząc na kooperatywę jako na ruch społeczny, to jej największą zaletą jest ta strona edukacyjna. Dyskusje o pochodzeniu żywności, o odpowiedzialności konsumenta, o polityce rolnej i o wielu takich. Przez kopy przewija się mnóstwo osób, które czują, że chcą iść w jakimś kierunku, ale nie do końca wiedzą jak, więc po prostu wchodzi w to działanie”. Badani deklarowali też, że po dołączeniu do kooperatyw zmieniły się ich nawyki żywieniowe.

Jeśli chodzi o funkcje, jakie pełni kooperatywa, to jest ona przede wszystkim instrumentem do realizowania potrzeb konsumentkich. Dla wielu członków ważna jest także funkcja

społeczna i edukacyjna tej inicjatywy. Zaangażowanie w działalność kooperatywy pozwala na rozwijanie umiejętności pracy w grupie, uczy podejmowania wspólnych decyzji i rozwiązywania sytuacji konfliktowych. Czyni to kooperatywę spożywcą swoistą szkołą kompetencji społecznych.

Oprócz ważnej funkcji tworzenia więzi społecznych, sąsiedzkich, oraz i kształtowania kompetencji społecznych członków kooperatywa spożywcza jest także miejscem kształtowania tożsamości społecznej. Według Zygmunta Baumana jesteśmy definiowani przez to, co możemy kupić. Konsumpcja określa naszą tożsamość i przynależność do grupy, a jeżeli nie stać nas na zakup, jesteśmy zmarginalizowani⁹. Odwołując się do tej tezy, możemy stwierdzić, że dla członków kooperatywy konkretne wybory konsumenckie, czyli zakupy żywności sezonowej i ekologicznej, ale i niezbyt drogiej, są ważnym elementem projektowania własnej tożsamości. W kooperatywie to nie to, za ile, ale to, co dokładnie kupujesz, określa twoją tożsamość i wzmacnia poczucie przynależności do grupy. Jak mówi jedna z zaangażowanych w kooperatywę osób: „Dla mnie członkostwo w kooperatywie i to, co konkretnie kupujemy, jest narzędziem do określenia samej siebie”. Na tożsamość społeczną członków składają się więc przede wszystkim identyfikacja z Warszawą, czyli obszarem, na którym działa kooperatywa, oraz funkcjonujący w świadomości zbiorowej podział na „my – świadomi uczestnicy rynku” i „oni – klienci supermarketów kupujący w zimie truskawki”, któremu towarzyszy poczucie odrębności¹⁰.

⁹ Zob. Z. Bauman, *Tożsamość ze sklepu, tożsamość ze spiżarni*, w: *W poszukiwaniu tożsamości. Humanistyczne rozważania interdyscyplinarne*, red. H. Mamzer, Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM 2007.

¹⁰ Zob. M. Szczepański, *Rozwój lokalny i regionalny w perspektywie socjologicznej*, Tychy: Śląskie Wydawnictwa Naukowe WSZiNS 2002.

Warto też dodać, że dzięki zaangażowaniu i kreatywności członków kooperatyw wokół ich działań powstaje wiele nowych inicjatyw niezwiązanych bezpośrednio z samymi zakupami: uprawa wspólnego ogródka działkowego, warsztaty robienia przetworów, projekty ogrodnictwa miejskiego, grupa dyskusyjna podejmująca temat postwzrostu, społecznościowy system wymiany dóbr i usług, Grupa Rolnictwa Wspieranego przez Społeczność (ang. *Community Supported Agriculture*).

Analiza przypadku jednej z warszawskich kooperatyw spożywczych pokazała, że w kontekście obecnej sytuacji społeczno-gospodarczej tego rodzaju inicjatywy są prawdziwą innowacją społeczną. Coraz większe znaczenie we współczesnym świecie zyskują bezpośrednie sieci powiązań nie tylko ekonomicznych, ale i społecznych. Zaangażowanie w działania kooperatywy pozwala na odnowienie kontaktów sąsiedzkich i odzyskanie poczucia kontroli nad kupowaną żywnością. Kreowana przez działania kooperatywy zmiana społeczna nie dokonuje się drogą rewolucji, ale ma charakter ewolucyjny, co czyni kooperatywy laboratorium zmiany społecznej. Stosowanie metody małych kroków, eksperymentu, może przynieść lepsze efekty niż zmiany zaprowadzone w wyniku rewolucji.

Warto skierować więc uwagę badawczą na proces dalszego rozwoju kooperatyw spożywczych działających w całej Polsce, a także innych powstałych wokół kooperatyw inicjatyw społecznych, które miały w kwestiach żywieniowych swój początek.