

本文仍屬初稿階段，僅供「第一屆台灣農學市集研討會」討論使用，未經作者同意，請勿引用。

陳玠廷* 蕭崑杉** 鄭盈芷***

摘要

近年來，有機產品在台灣已日漸被商品化為一種特殊的商品。然而，消費蓬勃發展的背後卻不見生產端相對應的發展。本文首先討論有機農業在台灣所面臨的發展困境，特別是當「有機新制」法規於 2009 年正式頒佈、實施後，採行有機耕作小農所遭遇的產銷問題。再者，透過「後有機運動」概念的討論，論述有機農業面對「慣行化」批判下的另類出路。最後，本文以農夫市集的發展為例，探討台灣社會後有機消費的浮現。

就概念討論而言。有機農業的發展是生產端對「資本主義式慣行農業」的省思，而後有機運動則是一股來自消費端對「慣行化有機農業」的反省力量，及對重新建立「有機價值」的追求。因此，本文提出以共同負責、共同契機為理念核心的綠色消費，作為促進後有機消費運動得以出現的具體策略。

關鍵字：有機農業、後有機運動、農夫市集、綠色消費

* 國立台灣大學生物產業傳播暨發展學系 博士生

** 國立台灣大學生物產業傳播暨發展學系 教授

*** 國立台灣大學新聞研究所 研究生

一、前言

有機農業的出現被視為是農業生產對社會發展省思性的回應。相較於世界其他國家，台灣有機農業的發展一直到民國 75 年（西元 1986 年）才由農委會邀請相關農業學者評估可行性，開啓了發展的濫觴。在民以食為天的傳統觀念裡，農業生產與人們的日常生活本就息息相關。然而隨著社會發展的腳步，農產所提供的食物除了滿足溫飽外，也日益被賦予其他的價值。以有機農產品為例，近年來已成為台灣消費市場上一項特殊的「商品」。

本文首先整理農業耕作型態由慣行轉變至有機的典範轉移，並論述台灣有機農業的發展現況。近年來，受到政府立法規範的影響，使得部分從事有機耕作的小農面臨產銷上的困境。最後，本文提出「後有機（post-organic）」的概念，並以近年來台灣農夫市集的發展為例，探討未來台灣有機消費的另類出路及永續發展的可能途徑。

二、回歸自然的有機農業發展

農業生產中產量提升的經濟面需求，在綠色革命後得到了實現，但卻直接衝擊到敏感的生態面，激起了慣行農法主流耕作方式的全球性反思……

（蔡建福，1999，頁：241）

傳統的農業活動存在著人與自然環境和諧共處的價值觀，特別是華人社會的傳統中，農業不僅是糧食的生產活動，農業活動也形塑了庶民的生活形態。因此，無論耕耘收穫，每一個農業生產階段皆須依照節氣的變化作安排，因此，傳統的農業可說是一種順應自然的活動。然而，自工業革命以降，人與自然相互依存的關係出現了劇烈的轉變。對人類而言，自然開始成為工具性的存在，是累積資本目的下的消耗品，這樣的轉變使得人類活動逐漸脫離自然（Giddens,1990；張人傑，2006）。

從農業耕作的方式來看，工業化的結果改變了農耕所需動力的來源，提升了農業生產的效率與產量。而自綠色革命之後，生化科技的運用（農藥、化學肥料）更解決了農人所困擾的病蟲害問題。人們看似征服自然結果，如美國知名環境主義先驅 Rachel Carson 於《寂靜的春天》中所揭示的，導致了地球環境、生物物種前所未有且難以回復的破壞。

德國人 Dr. Rudolf Steiner 於 1924 年首先提倡農作物有機栽培法¹，當時農業耕作仍以科學化、工業化之慣行農業（conventional farming）為主流。此種耕作方

¹ 資料參考自有機農業全球資訊網：
<http://info.organic.org.tw/supergood/front/bin/ptlist.phtml?Category=100982>

式對環境、人類健康產生的影響在 70 年代開始為人所重視，這也讓人們重新思索發展有機農耕的可能。就定義而言，有機農業是相對於慣行農業的一種耕作方式。根據國際有機農業運動聯盟 IFOAM（International Federation of Organic Agriculture Movements）的界定²，有機農業是一種維持土壤、生態系統與人們健康的農業生產型態。在這樣的界定下，有機農業可說是一種強調較不污染環境、不破壞生態，並能提供消費者健康與安全農產品的生產方式。

有機農業的發展，除了反省現代化耕作型態的負面效應外，也包含了重新建立人與自然之間和諧的關係。以岡田茂吉(Mokichi Okada)、福岡正信(Masanobu Fukuoka)等人所提倡之自然農法為例，強調對土地倫理的重新關注，認為農業生產必須順應「自然」的法則，回歸土地的本質。因此，有機農業除了是一種有別於慣行農業的生產方式外，更重要的該是找回人與自然的相處之道。這亦如福岡正信（1994）於《一根稻草的革命》中所謂，重新透過瞭解自然來從事農業行為，而不是治標式的使用科學技術處理所面對的農業問題。此外，在有機農業逐漸被廣泛重視的現代社會，有學者認為「農業」的功能也在轉變當中，農業從以提供糧食為目的之初級產業生產導向，轉而對環境生態、動物福利與糧食安全等議題的關注（Kirchmann & Thorvaldson,2000；Rigby & Cáceres,2001）。

在前文背景的論述下，有機農業可被視為是一種另類（alternative）的農業發展，目的在於透過農業耕作回歸自然（back to nature）、回歸土地（back to land）的特質，改善且扭轉現代化農業形式對環境所造成的破壞。這亦如同 Tovey(1997)所強調的，有機農業追求的不只是提供消費者好吃的食物（good to eat），更重要的是透過有機農業的實踐，讓消費者對當代食物體系的運作有更充分的瞭解與反省（good to think）。

因此，就兩類農業耕作的核心理念而言，慣行農業在生產與銷售面向上體現了現代化資本主義（工業主義）的運作邏輯。另一方面，有機農業則可被視為環境主義在農業生產層面上，對當代資本主義意識型態批判下的回應。就這基礎而言，有機農業的初始發展應是由生產端所啟動，以環境保護、永續發展為主軸，而非一種滿足消費者對某類「商品偏好」需求的生產行為。

三、有機農業在台灣

台灣有機農業的發展相較於世界其他國家相對較晚，從時間進程來看可追溯至 1986 年，由農委會所召集多方專家學者的討論，詳細有關台灣有機農業發展大事記詳如表一³：

² 資料參考自 IFOAM 網頁：

http://www.ifoam.org/growing_organic/definitions/doa/index.html

³ 本表資料整理、摘錄自有機農業全球資訊網：

<http://info.organic.org.tw/supergood/front/bin/ptdetail.phtml?Part=organic-5-1&PreView=1>

表一、台灣有機農業發展大事記

時間	大事記要	舉辦單位
2009/07/08	行政院農糧署公布「有機農產品及加工品驗證管理辦法部分修正」	
2009/03/20	台灣大學農藝學系等單位共同舉辦「促進我國有機農業的法政課題」座談會，提供政府與民間研擬相關法規政策時的參考。	台灣有機產業促進協會 台灣大學農藝學系 綠色陣線協會 有機誌（暢誌文化事業公司）
2009/1/31	行政院農業委員會公布之「有機農產品及有機農產加工品驗證管理辦法」及「進口有機農產品及有機農產加工品管理辦法」新制上路。	行政院農業委員會
2008/12/08	財團法人國際美育自然生態基金會（MOA）及慈心有機農業發展基金會通過行政院農委會之有機農產品驗證機構認證，成為「有機農糧產品」及「有機農糧加工品」之驗證機構。	
2005/12/29	2006 台北有機素食暨健康養生大展	臺灣寶島有機農業發展協會、大誠展覽國際股份有限公司
2004/2/10	2004 有機農業論壇	行政院農業委員會花蓮區農業改良場
2000/11/16	「有機食品管理辦法草案」諮詢會議	食品工業發展研究所
1993/4/8~10	永續農業研討會	農林廳、中華農學會與臺中區農改場
1993/1	臺北主婦聯盟推行「共同購買」	臺北主婦聯盟
1990 年	辦理田間示範	中央農委會支助省農林廳
1990 起	推動「有機農業先驅計畫」	台灣省政府農林廳
1987 年	中華農學會年會中傅益永先生等五十人提案在臺灣地區也要進行有機農業之研究	行政院農業委員會
1986 年	邀請臺大、興大等有關的專家學者來評估在臺灣這種地理環境之下，實行「有機農業	

	(Organic Agriculture) 」的可行性如何？評估結果在技術上是可行的。	
--	---	--

由以上整理可發現，台灣有機農業的發展一直都是由政府與民間組織協同運作的方式進行。較值得注意的是推廣活動形式的轉變，過去的推廣活動主要針對生產者生產技術的輔導。正如上表所顯示，有機農業於發展初期仍以「一般農業生產」的型態被認識。儘管主婦聯盟的共同購買策略，讓有機農產品在消費層面上有了市場區隔；但就商品本質而言並未被賦予太多非農業以外的意義。但到了晚近的發展，社會上陸續出現了諸如：有機素食暨養生展等以消費者需求為主導活動的辦理。這意味了有機農業已經逐漸不只是一項生產農產品的方式而已，它也代表了一種生活風格 (lifestyle) 的形成，這亦凸顯了有機產品在消費層面的重要。近年來，許多研究也說明了有機農業象徵了對於「自然」、「品質」、「健康」追求，代表了對固有價值、觀念進行反思之風險社會特徵 (Murdoch & Miele, 1999; Kaltoft, 1999; Murdoch, et al, 2000; Flaten, et al, 2005)。

就當代飲食消費的討論而言，近年來陸續開始出現一些反思性 (reflexivity) 的運動，當中也包括對有機農產品的消費行為。這類型運動的出現，一方面除了反映人們對飲食消費的反思外；另一方面，消費本身也成了一種對自我身份的認同方式。正如 Callon 等人 (2002) 的研究中所指出，產品 (product) 經過一個取得資格、被賦予特徵的認定過程 (qualify) 而轉化成人們所購買的商品 (goods)。在這情況下，同一類產品，唯有在能被界定出其具有差異性特質的情況下，方能在市場中獲得定位 (position)，也才能夠形成消費者選擇上的依附 (attachment) 來形成區隔人我關係的差異。以有機農產品為例，相較於以慣行農法所種植出的農產品而言，何以消費者願意花費較高的價格購買，當中最大的差異在於有機農產品往往被認為是一種較自然、較健康，乃至於較有品質的「商品」。

對消費者而言，人們購買有機產品的動機，雖可統整歸納為關注環境利益 (environmental benefits)、健康相關利益 (health-related benefits) 及倫理與道德利益 (ethical and moral benefits) 等面向 (Pedersen, 2003)。然而，現今消費價值觀在驗證制度 (certification) 的影響下，就如 Kuepper 與 Gegner (2004) 所描述般，日益將有機產品等同於沒有農藥殘留 (pesticide residue-free) 的農產品。如此一來，消費者對有機產品的消費除了過度偏重與自身相關的健康議題外，這樣的誤解也使消費者忽略了大多數的農業生產並非發生在密閉空間的實驗室或工廠，而是存在於開放的自然空間。在環境污染日益嚴重的當代社會，儘管生產過程符合有機農耕的標準，農作物依舊容易受到外在環境的影響而難以達到完全沒有農藥殘留的標準。消費者只關心有機產品是否毫無農藥殘留的結果，除了忽略有機耕作所帶來的生態利益，也使人們逐漸漠視農業生產系統背後所蘊含的社會意義，及由農業生產所建構的文化傳統，特別是如 Jarosz (2000) 所謂，基於信任 (trust)、

合作（cooperation）所建立的社會關係。

從台灣有機農業在生產與消費兩端的發展經驗來看，台灣有機農業近年來呈現了蓬勃發展的狀況。首先就生產面而言，根據農委會農糧署的統計資料⁴顯示，台灣有機農耕的面積自 1996 年以降，已由 159.6 公頃提升至 2008 年的 2356.31 公頃。當中，又以有機稻作的生產為大宗，就 2008 年的資料顯示，台灣有機稻作的耕地面積已達 949.43 公頃，幾占總有機生產面積之四成。而就消費面而言，依據美國農業部的幾篇調查⁵指出，台灣有機產品的消費額在 1999 年時約 2800 萬美元，2002 年時增加至 4900 萬美元，到了 2008 年更提升至 7800 萬美元。

若吾人僅就前述帳面統計數字來看，或許容易忽略台灣有機農業在發展上隱藏於數字背後的問題。首先就耕作面積來看，儘管在多方努力下台灣有機耕作面積已有大幅的提升，但比之於整體耕地面積仍屬少數。依 2008 年農業統計年報所示該年全國耕地面積達 82 萬公頃，意即有機農耕面積遠不及整體之 1%。若從消費面來看，儘管 2008 年台灣民眾對有機產品的消費額已達 7800 萬美元，但根據美國農業部的資料指出，當中約七成屬於進口產品。依據上述資料吾人可思考一個問題：當台灣有機消費的市場日益擴張的時候，究竟從中獲得利益的是誰？是台灣的土地環境受到了保護、有機小農的生計獲得了保障，抑或僅是增加了進口有機農產品的銷售數字？

回到有機農業的定義、精神來討論。依據農委會之定義⁶：有機農業係遵守自然資源循環永續利用原則，不允許使用合成化學物質，強調水土資源保育與生態平衡之管理系統，並達到生產自然安全農產品目標之農業。國際有機農業運動聯盟（IFOAM）則提出了四點有機農業的原則⁷，認為有機農業乃立基於：健康原則（Health）、生態原則（Ecology）、公平原則（Fairness）及關懷原則（Care）等：

- 1、健康原則：有機農業應維護並增進土壤、植物、人類以及地球之間作為不可分割，同為一體之健康。

⁴ 本數據引用自有機農業全球資訊網網頁：

<http://info.organic.org.tw/supergood/front/bin/ptdetail.phtml?Part=organic5-11&PreView=1>

⁵ 本數據引用自美國農業部（USDA）網頁：

<http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200402/146105363.pdf>

<http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200002/25607021.pdf>

<http://www.fas.usda.gov/info/speeches/011609specialtycrops.pdf>

⁶ 資料引用自有機農業全球資訊網網頁：

<http://info.organic.org.tw/supergood/front/bin/ptdetail.phtml?Part=q1&PreView=1>

⁷ 詳見 IFOAM 網頁：

http://www.ifoam.org/about_ifoam/principles/index.html

中文翻譯摘錄自台大農藝系種子實驗室網頁：

<http://seed.agron.ntu.edu.tw/organic/principle.htm>

- 2、生態原則：有機農業乃是基於生態系統及其循環，其操作需要仰賴、學習、以及維護生態循環的生產體系。
- 3、公平原則：有機農業的運作需要建立各種關係，以確保各類環境與生命機會的公平。
- 4、關懷原則：有機農業的運作需要採取預警的以及負責的態度，來保護環境與今生、來世人類的健康與福祉。

相關討論亦見於 Kuepper 與 Gegner (2004) 的報告，其認為有機農業不僅是一種不使用農藥、化學資材的耕作型態而已，更是一種強調自然循環的作物管理模式，具有如下幾點反應環境主義的原則：生物多樣性 (biodiversity)、多樣化且整合的耕作實踐 (diversification and integration of enterprises)、永續性 (sustainability)、天然植物營養 (natural plant nutrition)、天然病蟲害管理 (natural pest management) 及誠信 (integrity) 等。

因此，當前台灣社會以消費者需求為主導的有機農業發展，顯然出現與上述理念、原則有所背離，僅在意對產品的消費忽略了對台灣自然環境的關注。換言之，假如有機消費需求的提升，並沒有相對應地反映於國內的生產環境的改善，究竟癥結何在？以下將先從法規的觀點討論之。

四、被「管制」的有機農業？

台灣有機農業在發展上背離環境主義理念初衷的因素，除了前文所述來自消費端期待效用的作用外，也受到法令規範的影響。

就台灣有機農業的發展歷程來說，政府早期多扮演鼓勵、輔導的角色和立場。民間生產者自發性的反思才是帶動台灣有機農業發展的主要動力。因此，雖然民間早在 90 年代初期便開始投入有機農業的實踐⁸，然依李崇儋 (2008) 的研究指出，我國有關有機農業具實質拘束力之法規則一直要到 2003 年所修訂的農業發展條例⁹才開起了濫觴。之後相關法規如「有機農產品管理作業要點」、「有機農產品驗證機構資格審查作業程序」、「有機農產品生產規範-作物」及「有機農產品生產規範-畜產」等法規乃陸續被制訂、公告。而在 2007 年，當立法院制訂了「農產品生產及驗證管理法」，及農委會頒佈「有機農產品及有機農產加工品驗證管理辦法」、「進口有機農產品及有機農產加工品管理辦法」(後文將以「有機新制」稱之)後，在產品包裝上若出現「有機」的字樣，皆須取得驗證始得「合

⁸ 以相關的民間組織為例，1990 年財團法人國際美育自然生態基金會 (MOA) 成立，推行由日本岡田茂吉所提倡之自然農法。(相關內容詳見網頁：<http://www.moa.org.tw/>)；1997 年慈心有機農業發展基金會成立 (相關內容詳見網頁：<http://www.moa.org.tw/>)。

⁹ 「農業發展條例」第二十七條指出：為提升農產品及農產加工品品質，維護消費者權益，中央主管機關應推動相關產品之證明標章驗(認)證制度。(詳細法規請見農委會網頁：http://www.coa.gov.tw/show_lawcommond.php?serial=9_cikuo_20040910132822&code=A03&type=A)

法」於架上販售。至此，李崇禧（2008）認為台灣有機農業已正式成為受國家「管制」下的產業：

有機農業原本是少數具備環境生態意識的農民團體所自發形成之運動，包括相關有機農法技能之培養發展也是這些團體成員自己嘗試錯誤並相互交流而累積形成的知識，並非學院派或體制化的知識，因此原本是不在國家政策主導與法令管控之範圍。實因消費者意識覺醒，不僅是環境意識提升，更有食品安全意識之覺醒（後者因切身相關，往往對消費選擇更具決定性），因此乃要求國家透過驗證與標示之管理以維護消費者權益，去除魚目混珠的商品。（頁 6）

承前文所討論的，就狹義的定義而言有機農業是不使用農藥、化學資材的一種耕作方式；而從廣泛的精神來說，有機農業則強調透過耕作方式的改變，達到環境永續發展的目的。因此對大多數生產者而言，投入有機耕作常是基於反省後的耕作調整，甚至是回復到未有化學性資材可供使用年代的農耕方式。然而，當有機農業正式成為國家管制下的產業後，代表公權力對欲投入此項產業的生產者，設下了一道門檻：驗證制度（certification）。

就驗證制度的正面意義而言，有機農產品由於相對擁有較高的生產成本，因而在價格上要比一般農產品昂貴。為了保障生產者與消費者權益，避免投機者藉「假有機產品」漫天開價狀況的發生，驗證標章成了世界各國用以「認定」有機農產品的主要依據。然而，當驗證的有無成為認定「有機」的唯一標準時，意味著有心致力於有機耕作的生產者，不僅要能夠改變其生產模式，還要符合種種繁複的法令規範。在這樣的情況下，除了可能限制生產者的投入意願外，也變相地形成了一種對有機生產者的篩選機制。

以台灣社會為例，自 2007 年起「有機新制」等相關法規被制訂後，經過一段時間的宣導緩衝期後正式於 2009 年 8 月施行。新制法規的執行，引發了社會各界廣泛的討論¹⁰。贊同者普遍認為這有助於保障消費者權益，杜絕市場魚目混珠的問題；然而，亦有對當前法規制度持疑慮者，其意見如下¹¹：

- 1、未能正視台灣地理與氣候條件，造成栽培上不合理的困難。
- 2、沒有明確的資材審核與管理機制，構成栽培困擾。

¹⁰ 相關新聞報導如：

黃璋如，「打擊有機農業」，自由時報，97/01/12

郭華仁，「支持有機農業」，自由時報，98/09/03

劉婉君，「有機新制上路，小農憂心」，自由時報，98/10/05

¹¹ 資料摘錄自「莫以制度剝奪小農的有機耕作權—「有機農產及加工品驗證管理辦法」之檢討」，詳見網頁：

http://www.befarmer.com/main/2007/12/post_1210.html

- 3、將所有的加工視為同一等級，對設備與環境的要求沒有區分，導致小農無法自行進行簡易與初級加工，生計遭受巨大影響。
- 4、驗證費用過高，導致小農成本增加，失去市場競爭力。

由上述討論可知，在有機新制的影響下，具大規模生產面積、資本密集的生產者，要比一般小規模生產的小農要有條件生產「合法」的有機農產品。民國98年3月20日，由台灣大學農藝系、台灣有機產業促進協會、綠色陣線協會及有機誌雜誌所共同舉辦之「促進我國有機農業的法政課題」座談會中¹²，與會者探討了當前台灣有機農業發展所面臨的困境，包括：行銷通路的缺乏、有機新制（及驗證制度）對有機小農所致之困擾等。就驗證制度的反省而言，郭華仁(2009)認為：

在消費者與有機農民之間互不認識的一般情況下，有機驗證是取得消費者信任的主要方式。驗證團體有足夠的收入來提升驗證能量，驗證效力才能得到肯定，願意接受驗證的農民才會增加；但是驗證增加農民費用，參與的農戶難以大幅增加，因此驗證團體的驗證能量也不易提升。這樣的惡性循環亟待打破。讓小農得以免驗證或者辦理團驗的法規在國內也仍然欠缺。（頁91）

就概念上的討論而言，驗證標章意謂透由政府或第三方團體（third parties）賦予產品品質上資格的認定。由於消費者往往較願意購買具有標章的產品，因此有機標章被認為可增強、鞏固原先產品薄弱的可信度。但Ottman（1998）提醒這樣的作法並非全然不具風險，除了標章所據以認定的科學標準過於主觀、忽視在地脈絡的獨特性外，更重要的是：大多數的時候，標章的使用並沒有教育消費者有關產品如何實際對環境有所益處的相關資訊。在這樣的情況下，有機標章往往淪為一種「符號」式的象徵意涵。而實際上，以第三方驗證為主的驗證制度，目的在於強化食物品質與安全標準的一致性，以符合當代全球食物體系（global food system）的貿易運作。因此，除了在執行上不以生產者、環境利益為優先考量外，驗證標準也未必與在地脈絡（無論是環境或社會文化面向）有所連結（Hatanaka, et al, 2005 ; Hatanaka & Busch, 2008）。

因此，本文認為在台灣現行的法規體制下，有機驗證將成為認定「有機商品」的唯一標準，這將導致背離環境主義理念有機農業的合法化。「背離合法化」擴大的結果，促使有機農業的運作理念逐漸傾向資本主義的邏輯。以Wynen（2003）所羅列之數點影響有機生產者的主要限制為例，包括：知識技術（know-how）的不足、可用生產資材的缺乏、勞力的付出、相關研究支援的闕如、轉作後產出的

¹² 會議資料詳見「有機誌」雜誌網頁：
<http://www.lohas-city.com/magazine/event/2009/chat/>

減少、產銷通路的問題以及驗證相關問題等。總的來說，這些生產者所面臨的難處，主要仍是立基於投入有機生產後能否滿足經濟上的收益。以台灣經驗為例，在「促進我國有機農業的法政課題」座談會中¹³，幾位與會農民代表亦提到如下困境：產銷通路的不足、高昂驗證費用使有機小農的生產不符成本，以及台灣有機認證標準並未全然合乎台灣氣候的客觀現狀等。這些情況皆限制了慣行農民轉作有機的意願，也壓迫有機小農的生存空間。

所以，當一個仍存在諸多限制、疑慮的法規，成為認定有機農產品正當性的唯一標準時，除了背離強調：環境永續發展、食品安全及產銷公平的有機農業原則外。另一方面，則僅有少數具生產規模、資本密集的生產者有能力進行「合法」的有機耕作，如此一來小農將被遺棄於主流的有機生產之外，屆時將會造成台灣有機農業一個不可回逆的發展。

有關有機法規的討論牽連甚廣，此部分並非本文論述之重心，且過去亦有數篇相關的討論（劉凱翔、郭華仁，2007；劉凱翔，2007；李崇禧，2008；郭華仁，2009）。因此，後文擬參考西方社會發展的經驗，提出「後有機（post-organic）運動」的概念，嘗試論述未來台灣有機農業在消費層面上，出現永續發展之另類出路的可能。

五、後有機運動的發展

所謂後有機運動，可追溯至 80 年代末期愛爾蘭（Ireland），當時一批有識之士認為，對有機產品的消費應包含對健康、環境及動物福利等面向的關注。這股聲音批判了當前有機農業發展，已背棄了原先反思慣行生產模式的初衷，甚至已經發展為「慣行化（conventionalization）的有機農業」（Moore,2006）。慣行化的結果，反應了 Miele（2006）的討論，認為消費者在媒體論述建構的影響下，不同的消費型態形成了一種新的族群（neo-tribe），有機農業的發展於是為資本主義思惟所滲透，有機產品被包裝為具有各式符號的「商品」販售。

此外，驗證制度的介入，使得有機耕作不再單純只是另一種型態的耕作方式，而更增添了國家管制的角色。這股反思的浪潮進而提出一個問題：是文化的還是政治的（cultural or political）有機農業？是故，後有機運動最大的特點，在於重新強調在有機農業生產過程中，人與環境土地的連結以及生產者與消費者間的關係。

後有機運動的目的，在於重新審視、並企圖找回有機農業發展的初衷。然而，如前文所述，當有機農業背後蘊含之環境主義被資本主義、工業主義所滲透時，

¹³ 會議資料詳見「有機誌」雜誌網頁：
<http://www.lohas-city.com/magazine/event/2009/chat/>

這是一個難以回逆的發展進程。因此，在策略上後有機運動開始尋求另類（alternative）的發展途徑。

就生產面而言，以參與式保障系統（participatory guarantee systems）為主的另類驗證系統，強調透過多方利益關係人（stakeholders）的參與，透明化驗證制度標準的建置。此外，有別於第三方驗證追求進入全球市場（global market）的貿易行為，此系統所驗證的有機產品，主要是以在地、國內市場（local and domestic markets）為主要的產銷對象。因此，以參與（participatory）、共享（share）、透明化（transparency）及信任（trust）為核心的參與式保障系統，被視為是一個對有機小農較為友善的驗證體系（May, 2008）。有關後有機運動生產面的討論，茲簡述如上文，後當另文作更進一步的論述與探討，本文以下將就後有機運動的消費面進行討論。

後有機運動的生產者，雖使用符合環境友善、永續循環等「有機」原則進行耕作，然不尋求由國家政策所主導的驗證系統；對後有機運動的消費者而言，則以「信任」作為認定「有機」產品的依據，支持地產地銷的地方食物（local food）。因此，就後有機運動消費面的行動範疇而言，包括了：在地食物經濟（local food economy）、農民市集（farmers' markets）、消費者群體（consumer group）、社區支持農業（community supported agriculture）、農場直售系統（farm direct selling）、非驗證（non-certification）及非國家支持（non-state support）的消費模式等。（Moore,2006；Fonte,2008）

後有機運動的發展，除了是對遭資本主義意識型態滲透之慣行化有機農業，及受國家管制驗證制度的批判外，尚強調農業於生產過程中，人與土地的連結及生產者與消費者間之關係。在 Fonte(2008)的研究中，描述了地方食物（local food）產銷所隱含的兩重意義：重新銜接（reconnecting）與食物起源（origin of food）。前者批判當前農產品無論是生產或消費端，皆與土地脫離斷裂；而後者則強調，食物生產過程中，人、土地、歷史文化等元素複雜交織的關係。因此，後有機運動可說提供了另一個途徑，替代驗證對「有機產品」的認定（qualify）功能，甚至重新喚回隱匿於農食生產網絡（agri-food networks）背後之信任、合作等社會關係。

此外，後有機運動還有一個重要的面向—知識系統（knowledge system）。正如 Fonte(2008)於其研究中所闡釋，農業不僅生產了食物，也建構了地方文化的形成。在傳統社會中，人們透由農業活動的進行累積經驗，建構其對生活世界的理解及生產技術的發展。因此，傳統素樸農業生產的知識是一種默示、不需言名（tacit）的庶民知識（lay knowledge）。

相較於傳統社會，當代社會的「知識」鑲嵌於各式社會結構中，如各種政治、經濟、社會關係。Morgan 與 Murdoch (2000) 於研究描述了有機農業、慣行農業兩種生產練中「知識」所扮演的角色為何。認為慣行農業的農民所具有的知識大多是來自於外部知識，其來源包括專家學者、推廣人員、農藥商等所建構的科學的、標準化的知識；相較於慣行農法知識的外部特徵，採用有機農業的農民所需具備的知識可說是一種地方性的、內隱性的內部知識，這些地方性的知識或來自傳統老祖先的智慧或來自同是有機農耕者經驗交流的口耳相傳，到了最後這些從事有機農耕的農民成了擁有相關知識的知識能動者 (knowing agents)。然而，有機農業的發展在驗證制度的規訓下，從事有機耕作的生產者開始屈從於各式代表科學知識的知識能動者：如驗證機構、農業改良場等。這樣的情況，亦是後有機運動所批評的現象。

由上述討論可知，後有機運動並未否定有機農業的核心理念，而是在「慣行化有機農業」的發展現況下，企圖透過生產與消費兩面向上的另類途徑，重新建構有機農業日漸消失的核心價值。

六、農夫市集、另類食物網絡與有機農業

有機農業的發展，在 Tovey (1997) 所擘畫的藍圖裡，不只是一種不使用化學肥料、農藥以區隔慣行農業的生產方式而已，而是透過農業生產的實踐過程反思資本主義的發展困境，進而連結、建立生產者、消費者與銷售者甚至土地環境間的社群 (community) 關係，以帶動鄉村地區的永續發展。然而，在商品化、慣行化等力量的滲透下，有機農業逐漸脫離了上述的理念。除了在生產與消費等面向上，走回資本市場的競爭邏輯外；驗證標章的使用，也加遽了生產者、消費者及環境間關係的斷裂。

儘管台灣有機農業的發展起步較其他國家延遲，但近年來亦開始出現發展上的困境。台灣農業的耕作規模以小農為主，地狹人稠的結果使得耕作田地密集緊鄰，有心從事有機農耕之農民困於慣行鄰田污染的威脅。此外，受亞熱帶氣候之影響，台灣農作物病蟲害威脅熾盛。最後，台灣有機驗證制度未臻成熟，除規定嚴苛、不察整體客觀現況外，且費用高昂。以上幾點原因，皆阻卻了有心投入有機農業生產者的腳步。

另一方面，相較於消費者在後有機運動中強調對有機產品價值的重新認識，對生產者而言產銷管道的建立亦相當重要。特別是在有機新制正式施行的台灣社會，許多無力負擔驗證費用的有機小農，其所生產之產品被排擠於主流通路之外。然而，對堅持採用「有機」農法的他們來說，辛苦生產的農產品只因無法拿到標章貼紙便需進入層層剝削的慣行通路之中，導致了不公與委屈。就西方社會的經驗來說，這一些所謂使用「有機」農法卻不進入主流驗證體系的後有機生產

者，多以另類食物網絡（alternative food network）的方式開展其銷售通路（Moore,2006；Fonte,2008）。

就概念上的討論而言，另類食物網絡（alternative food network）的提出是對全球化、工業化農食系統（agro-food system）的一種回應策略，而農夫市集則是具體落實另類食物網絡的可能途徑（Kirwan, 2004）。因此，農夫市集的發展如Holloway 與 Kneafsey（2000）所謂，除了是生產端對工業化食物系統的反省外，隨著消費者意識抬頭，也呈現了對食物消費背後對健康、倫理、政治等面向關連的反省。透過生產者與消費者面對面溝通的消費型態，農夫市集的運作促使消費者更進一步地融入食物的生產過程，使地方環境和人產生緊密的連結。這種以地方食物（local food）為主的消費模式，所強調的並不是「消費行為」本身，而是一種以在地環境及社區永續發展為優先考量的生活實踐（Feenstra, 1997）。

總的來說，有別於資本主義意識型態所建構的全球食物系統（global food system），以農夫市集作為呈現的另類食物網絡具有如下幾類特徵及內涵（Kloppenburger, et al, 1996）：

1、**道德經濟（moral economy）：**

有別於自由市場的運作，農夫市集體現了追求公平、正義以及道義的經濟模式。

2、**共生的社群關係（the commensal community）：**

農夫市集的運作，是建立在所有行動者（如：生產者、消費者與地方居民）間和諧的關係上。

3、**自我保護，脫離與繼承（self-protection, secession, and succession）：**

農夫市集凸顯了在地小農面臨全球食物體系威脅下的自我保護策略，是一種有別於主流的另類銷售通路，也隱含了人們從一個舊有食物關係進入到一個新關係建立的過程。

4、**地方與區域的鄰近性（proximity）：**

農夫市集所販售的農產品強調在地、當季的特性，除了凸顯農業生產適地適種的自然法則外，也重視透由食物、飲食所建構的社會文化內涵。

5、**以自然為主的考量（nature as measure）：**

有別於全球化、工業化農食系統對於征服自然的企圖，另類食物網絡（以農夫市集為例）的建構無論是農業生產，乃至人類行為、活動等面向上，皆以「自然」為最高指導原則。

後有機運動的興起，一方面反應了對「慣行化有機農業」的批判，另一方面也欲透過各式發展途徑的嘗試，重新建立人與人、人與自然環境間和諧的關係網絡。這樣的討論，符合前文所探討以農夫市集為代表之另類食物網絡的特徵與內

涵。因此，農夫市集常被視為後有機運動在消費層面上具體、可行的一種發展途徑與策略。

當前台灣後有機運動無論是生產面或消費面皆不若西方社會明顯、積極。然而，就台灣社會脈絡的獨特性而言，或許有機會呈現出有別於其他地區的後有機運動型態。在此，本文以晚近台灣社會所興起的農夫市集為例，探討當前台灣社會後有機消費運動的發展。

七、台灣農夫市集的發展

「農夫市集」，就字面上直觀而言是由一群農夫所形成的市集聚落，Szmigin 等人（2003）依據美國國家農夫市集協會(The National Association of Farmers' Markets)的定義表示，農夫市集是由農夫、種植者或生產者等，在指定區域裡親自、直接販售其生產的產品予一般大眾。所有在市集販售的產品都應由市集攤販生產、畜養、採集、釀製、烘焙、煙燻及加工等。

美國地理學學者 Pyle（1971）檢視了十八世紀晚期到十九世紀中後期，農夫市集發展的歷史、消長的因素及當時市集的分布情況，提供市集早期發展的輪廓。該研究指出，要清楚地辨別或定義農夫市集並不容易，有些市集打著「農夫市集」的名號，卻未必是真正的農夫市集；而一些以其他方式命名，卻以農夫市集型式、功能而發展的市集也在所多有。而在此時期，諸如地方自治市集（municipal markets）、公共市集（public markets）、定期性市集（terminal markets）、農場小舖（farm shops）等市集型式經營方式，偶爾也被等同農夫市集視之。但 Pyle 認為構成農夫市集的主要特點，乃在於「農夫於一指定地點或由拍賣商將他們帶至一既定的場所親自販售蔬果」。並進一步定義農夫市集為一個定期性的市集，市集中部分或全部的賣家為生產者本身。

總括以上敘述，農夫市集可定義為「定期、定點舉辦，且由生產者親自販售所生產的農產品及加工品予消費者之銷售方式。」。近年來由於各種在地農業食物運動發展，對於農夫市集所販售的農產品有更進一步的要求，通常希望市集所販售的農產品應為友善環境，甚至是有機的栽種方式；而販售農產品的農友則應是來自在地（local）小規模生產的農場。最後，消費者於農夫市集所進行的消費，則被視為是一種培植地方小農、支持地方產業與活化社區發展的行為。

相較西方農夫市集的蓬勃發展與多樣的研究取向，國內農夫市集無論在實踐層面或論述層面的發展，都仍處於萌芽階段。直到 2007 年台中才先後出現了合樸農學市集及興大有機農夫市集，到了 2008 年，台灣南、北則分別成立了微風市集（高雄縣）及 248 農學市集（台北市），詳細有關台灣農夫市集發展大事記如下表：

表二、台灣四大農夫市集發展比較

市集	成立時間/舉辦頻率	發展現況
合樸農學市集	2007/05/05 每月一次 ¹⁴	運作上，成立合樸志工隊的架構組織。
興大有機農夫市集	2007/09/01 每週舉行 ¹⁵	組織自治委員會，收取公基金、聘請市集經理人。
微風市集	2008/03 每週舉行 ¹⁶	已成立「高雄縣微風市集志業協會」，脫離公部門；並於2010年4月成立微風實體店面「農家小舖」。
248 農學市集	2008/07/18 每週舉行 ¹⁷	2010年3月，248 農學市集實體店面「農學園」於天母開張。

合樸農學市集是我國最早定期定點舉辦的農夫市集，成立於2007年5月，固定於每個月第二個禮拜六舉辦；興大有機農夫市集則是我國第一個在大專校園舉辦，且為最早每週舉辦並標榜有機驗證的農夫市集，固定於每週六舉辦，兩個市集營運都已超過兩年。後起的微風市集和248農學市集也已屆滿週年。

除了上述簡介的四大農夫市集外，台灣社會近年來於各地亦時有大、小規模不等的農夫市集舉辦，但大多屬於臨時活動性質，僅能針對農夫市集的相關理念作推廣，並無法實際深化、融入當地民眾的日常生活實踐。除此之外，由新竹清華大學心靈發電場課程所激盪出的「竹蜻蜓綠市集」於2009年11月在清華大學校園開市，這一個每月舉行一次的農夫市集，標榜結合公益、環保團體及社區、大學的協力合作，為台灣第五個定期、定點舉辦，致力於友善土地、培力小農的在地市集。

值得注意的是，相較於西方文獻所探討的農夫市集，台灣農夫市集的呈現特別強調「友善環境」、「有機」、「自然農法」等耕作形式所生產的農產品。這樣的情況，反應了在現行有機法規的約束下，這類生產者對於另類產銷通路的追求，農夫市集在這樣的社會脈絡下應運而生。

如果說，有機農業的發展是生產端對「資本主義式慣行農業」的省思，則吾

¹⁴ 合樸農學市集正式開市後，原訂每個月第一個禮拜六舉行，該年9月後調整為每個月第二個禮拜六舉行。

¹⁵ 2007年2月開始舉辦市集說明會，並招募農友；同年8月25日市集試賣。

¹⁶ 微風市集原為2007年11月創始，開始時並非農夫市集，直到隔年3月方轉型為農夫市集。

¹⁷ 248農學市集正式開市後，每週五、六舉辦；自2009年3月1日起，每週日另於其他地點（依序為：開平餐飲學校、內湖和樂家居館、士林和樂家居館）舉辦綠色市集。

人可視後有機運動是一股來自消費端對「慣行化有機農業」的反省力量，及對重新建立「有機價值」的追求。總觀台灣各農夫市集的發展，儘管彼此經營、發展方式與理念不盡相同，但都已經過一段時間的考驗，並逐漸發展出屬於自己的特色，也擁有各自的消費群與農友。這些跡象雖顯示了農夫市集在台灣或許已是一個可被消費者接受的另類選項，然而這是否意謂農夫市集將成為台灣社會有機消費的另類途徑（後有機），則仍有待後續的追蹤與觀察，特別是消費者對於有機產品的消費行為有無出現理念、意識型態上的轉變。

八、代結語：支持永續生產的綠色消費

對我來說，食物改革運動所呈現的意義遠大於「在地土產的蕃茄是否比工業化量產的蕃茄好吃？」，我並不認為在地土產的有機蕃茄有什麼了不起，假如它是由廉價奴工所採收的話。我當然希望有好吃的蕃茄，但我更在意採收它的工人擁有合理的薪資報酬。

(Schlosser¹⁸, 2009, p14)

有機農業在精神上反應了生產者、消費者與銷售通路間和諧的循環關係。因此，就後有機運動而言，除了是一股對慣行化（conventionalization）有機農業的批判外，更重要的核心意義在於重新找回生產者、消費者與銷售通路間和諧的循環關係，那是一種基於信任、互助以及誠信的良善關係。是故，在本文最末嘗試從消費面出發，探討支持永續生產的綠色消費，以帶動台灣後有機消費的發展。

Beck(1994、2004)認為在風險社會當中，每一個部分都是環環相扣的環節，他認為當代社會是一個高度分化的社會，在這情況底下，每個環節不僅是導致風險出現的原因也是結果，也正因為如此，當風險出現時往往無法單就某一個原因去追究責任，而必須針對整體去檢討。此外，Beck 認為風險的影響一視同仁，並不會因為個人階級及其他條件的差異而有所不同。有機農業的出現反應了對慣行農業的反思，慣行農業所導致之環境問題亦需由社會全體概括承受。同樣地，有機農耕相對而言是一種較不污染環境、盡量不破壞生態，並能提供消費者較為健康與安全農產品的生產方式，其所帶來的環境利益亦為社會全體所共享。

在風險社會中，食物的烹調方式、食材來源成了風險產生的源頭。消費者透過消費的選擇來達到風險的規避。因此，許多標榜健康、自然、安全、無毒、有機甚至是在地生產的飲食選擇開始出現在市面上。然而，有機農產品在這樣的消費行為中，除了反應了對糧食生產方式的反省，對農產品本身來說，也被人們賦予了許多包含健康、自然、永續…等的符號。消費這些產品除了需要具備認知風險的知識、資訊外；在台灣，有機農產品的價格相較於一般農產品是比較昂貴的一個消費，因此帶有規避風險心態的有機農產品消費行為，也漸漸轉變為是可以

¹⁸ 暢銷書《速食共和國》作者。

表徵身份地位的炫耀行爲。至此，消費者所考量的已非有機生產、消費所可能帶來的環境利益、社會正義等效應，而僅狹隘地著眼於最爲末端有機標章貼紙的有無。

綠色消費強調對永續生產行爲的支持，並認爲消費者需共同爲當前的環境問題負責（co-responsibility），這樣的討論亦相近於 Grant（2010）所提出共同契機（co-opportunity）的概念，強調無論是人與人、人與環境都存在一種互爲主體的關係。在當前風險社會的脈絡下，唯有透過合作的方式、彼此相互給予對方永續發展的契機，雙方（如：消費者與生產者）才能有共同生存的機會。在這樣的精神下，透過重新建立與自然的連結（reconnecting with nature）、社群關係（community）、終生學習（lifelong learning）及公民精神（citizenship）等行動策略的採用，可凸顯綠色消費在經濟面向以外的其他價值，包括：社會、環境、文化等面向上的利益。

Lockie 等人（2006）認爲，儘管有機農業當前的發展已偏離了初衷，但未來仍得連結上永續（sustainability）的概念，方能凸顯健康、自然以及符合動物友善、生物多樣性等倫理上的特質，以和其他農食產品形成區隔。因此，他們提出數點「綠色（greening）」的原則，批判當前有機環境過度往資本市場靠攏的現象，並訴求打破消費者與生產者間藩籬般的隔閡。回到前文所提出的問題：當台灣有機消費的市場日益擴張的時候，究竟從中獲得利益的是誰？這猶如 Patel（2009）於《糧食戰爭》書中所揭示：

有機現在已經成了一種工業。現今的糧食體系輕易就能轉變其工業化生產方式，生產出農藥減量的食物。如果到店裡購物的唯一準則是購買「大量生產的有機食品」，也許可以重挫農藥公司，卻無助於改變糧食的耕種方式。（頁 377）

因此，Patel 建議在農產品的生產和消費上，要更加關注與在地的連結，並且要能在生產過程中重視對農業生態的永續發展。當社會上出現越來越多批判現行有機制度的今天，若吾人冀求透過生產、消費「有機農產品」的方式保護日漸被污染的環境，就無可避免要去瞭解這些行爲背後所隱含的態度、思維是什麼？進而採取行動，如：爲有機小農的產銷問題尋找一條可行的替代途徑，並支持它。

無論是共同負責或共同契機，其核心精神皆符合了誠信互助的後有機原則（Connolly & Prothero, 2008）。這也回應了 Lockie 等人（2006）所宣稱，對有機產品的消費應包括對健康、自然以及倫理等整體面向的關注，而不是單單考量個人需求的滿足。因此，綠色消費概念的提出，在於轉變消費者對所消費產品價值的重新認識，以有機產品爲例，應強調對生產過程的重視而不是只看最終檢驗的結

果。如此，在消費者的支持下，除可鼓勵有機小農持續採用具有環境利益的耕作模式外，亦可建立一個保障被排除於主流產銷通路之外有機小農的另類通路，進而提供消費者更加健全、多元的有機消費環境。

參考書目

中文部分

- Beck, U. (2004)。風險社會 (汪浩譯)。台北：巨流。
- Carson, R. (1997)。寂靜的春天 (李文昭譯)。台中：晨星出版社。
- Patel, R. (2009)。糧食戰爭 (葉家興等譯)。台北：高寶。
- 李崇禧 (2008)。理念與實踐-有機農業的法政策課題。律師雜誌, 345, 11-21。
- 張人傑 (2006)。台灣社會生活史—休閒遊憩、日常生活與現代性。台北：稻鄉出版社。
- 郭華仁 (2009)。我國需要怎樣的有機法規。有機誌, 28, 90-92。
- 福岡正信 (1994)。一根稻草的革命 (樊建明、于榮勝譯)。北京：北京大學出版社。
- 蔡建福 (1999)。台灣鄉村的後綠色革命：論鄉村規劃的有機農業議題。農業推廣文彙, 44, 241-260。
- 劉凱翔 (2007)。有機農業法規及政策之研究。國立台灣大學農藝學研究所碩士論文 (未出版)。
- 劉凱翔、郭華仁 (2007)。歐盟有機農業法新草案的內涵。農政與農情, 176, 83-89。

英文部分

- Beck, U. (1994). The Reinvention of Politics: Towards a Theory of Reflexive Modernization. In U. Beck, A. Giddens & S. Lash (Eds.), *Reflexive Modernization* (pp. 1-55). Cambridge: Polity Press.
- Callon, M., Meadel, C., & Rabearisoa, V. (2002). The economy of qualities. *Economy and Society*, 31(2), 194-217.
- Connolly, J., & Prothero, A. (2008). Green Consumption: Life-politics, risk and contradictions. *Journal of Consumer Culture*, 8(1), 117.
- Feenstra, G. (1997). Local food systems and sustainable communities. *American journal of alternative agriculture*, 12(01), 28-36.
- Flaten, O., Lien, G., Koesling, M., Valle, P. S., & Ebbesvik, M. (2005). Comparing risk perceptions and risk management in organic and conventional dairy farming: empirical results from Norway. *Livestock Production Science*, 95, 11-25.
- Fonte, M. (2008). Knowledge, food and place. A way of producing, a way of knowing. *Sociologia Ruralis*, 48(3), 200-222.
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Grant, J. (2010). *Co-Opportunity: Join Up for a Sustainable, Resilient, Prosperous World*. West Sussex: Wiley.
- Hatanaka, M., Bain, C., & Busch, L. (2005). Third-party certification in the global agrifood system. *Food Policy*, 30, 354-369.

- Hatanaka, M., & Busch, L. (2008). Third-Party Certification in the Global Agrifood System: An Objective or Socially Mediated Governance Mechanism? . *Sociologia Ruralis*, 48(1), 73-91.
- Holloway, L., & Kneafsey, M. (2000). Reading the Space of the Farmers' Market: A Preliminary Investigation from the UK. *Sociologia Ruralis*, 40(3), 285-299.
- Jarosz, L. (2000). Understanding agri-food networks as social relations. *Agriculture and human values*, 17(3), 279-283.
- Kloppenborg, J., Hendrickson, J., & Stevenson, G. (1996). Coming in to the foodshed. *Agriculture and human values*, 13(3), 33-42.
- Kaltoft, P. (1999). Values about Nature in Organic Farming Practice and Knowledge. *Sociologia Ruralis*, 39(1), 39-53.
- Kirchmann, H., & Thorvaldsson, G. (2000). Challenging targets for future agriculture. *European Journal of Agronomy*, 12, 145-161.
- Kirwan, J. (2004). Alternative Strategies in the UK Agro-Food System: Interrogating the Alterity of Farmers' Markets. *Sociologia Ruralis*, 44(4), 395-415.
- Kuepper, G., & Gegner, L. (2004). Organic Crop Production Overview. USDA.
- Lockie, S., Lyons, K., Lawrence, G., & Halpin, D. (2006). Organic future: competition for the green market. In S. Lockie, K. Lyons, G. Lawrence & D. Halpin (Eds.), *Going Organic: Mobilizing Networks for Environmentally Responsible Food Production* (pp. 146-170). Wallingford: CABI.
- May, C. (2008). *PGS Guidelines: How Participatory Guarantee Systems Can Develop and Function: IFOAM*.
- Miele, M. (2006). Consumption culture: the case of food. In P. Cloke, T. Marsden & P. Mooney (Eds.), *Handbook of Rural Studies* (pp. 344-354). London: Sage.
- Moore, O., Holt, G., & Reed, M. (2006). What farmers' markets say about the post-organic movement in Ireland. In G. Holt & M. Reed (Eds.), *Sociological Perspectives of Organic Agriculture: From Pioneer to Policy* (pp. 18-36). Wallingford: CABI.
- Murdoch, J., Marsden, T., & Banks, J. (2000). Quality, Nature, and Embeddedness: Some Theoretical Considerations in the Context of the Food Sector. *Economic Geography*, 76(2), 107-125.
- Murdoch, J., & Miele, M. (1999). 'Back to Nature': Changing 'Worlds of Production' in the Food Sector. *Sociologia Ruralis*, 39(4), 465-483.
- Ottman, J. A. (1998). *Green Marketing: Opportunity for Innovation*. New York: BookSurge.
- Pyle, J. (1971). Farmers' Markets in the United States: Functional Anachronisms. *American Geographical Society*, 61(2), 167-197.
- Pedersen, B. (2003). Organic agriculture: the consumers' perspective. In OECD (Ed.), *Organic agriculture. Sustainability, markets and policies* (pp. 245-254).

- Wallingford: CABI.
- Rigby, D., & Caceres, D. (2001). Organic farming and the sustainability of agricultural systems. *Agricultural Systems*, 68, 21-40.
- Szmigin, I., Maddock, S., & Carrigan, M. (2003). Conceptualising community consumption: Farmers' markets and the older consumer. *British Food Journal*, 105(8), 542-550.
- Schlosser, E. (2009). Reforming Fast Food Nations: A Conversation with Eric Schlosser. In K. Weber (Ed.), *Food, Inc.* (pp. 3-25). New York: PublicAffairs.
- Tovey, H. (1997). Food, Environmentalism and Rural Sociology: On the Organic Farming Movement in Ireland. *Sociologia Ruralis*, 37(1), 21-37.
- Wynen, E. (2003). What are the key issues faced by organic producers? In OECD (Ed.), *Organic Agriculture: Sustainability, Markets and Policies* (pp. 207-220). Wallingford: CABI.