

點燃農業的小火種

第5屆農村工作坊後記

7月的午後西北雨，為炙熱高溫的農村大地消暑，依稀可見大地悠悠吐出清涼的空氣。第5屆農村工作坊於7月28日順利召開，大家集思廣益，探討生活與農業的關係。

旗美社大成立時，自我定位為農村型社區大學，當時全國並無先例。所以，在成立第2年的暑假（2002年），旗美社大決定開始辦理「社區教育與農村發展」工作坊（簡稱『農村工作坊』），邀請國內外關心農村的學者及實務工作者前來授課並討論，讓大家重新認識農村的價值，正視農村的問題，到今年正好是第5屆。

農村定義的延伸思考

社區大學要在農村開什麼樣的課程，才能符合農村居民的需求？藉由課程發現農村的問題，並嘗試解決。清華大學人類學碩士翁俊發，提出了他從漫畫「COME！米」中得到的延伸思考：

第一，扭轉農村的意義：都市是由機構建立秩序，強調職位的爬升提升個人成就；在農村，則著重持續性的經驗，以生產更多、更佳的農產。此外，在農村擁有不同於都市「均化」的「地方感」，人體的五官可直接感受到農村的氣候、土壤以及文化；但在都市中，人只能感受冷氣房與戶外的差異。



返鄉打造黎屋夥房的光爸，對生活有深刻體認

第二，到農村尋找知識：在農村的知識，不是書上可以看到的，如：地方性

知識、農產作物的知識（如漫畫中提到米魂的根性）、一種實用的知識（農民記錄的重要性）。

第三，有機耕作的當代意義：有機耕作除了消費者健康的考量外，對於環境的外在成本、農民的社會責任，也應被大家所重視。

由於此次工作坊的主題為「地產地消，自給自主」，所以工作坊第2天，邀請台灣主婦聯盟生活消費合作社創社理事主席—陳來紅女士，曾到日本參訪MOA的馮小非女士及研修幸福會的光爸，帶來台灣消費者運動、日本農村與農業的生活體驗，與學員一同分享。

提升人與人互信機制

當初創立主婦聯盟時，陳來紅女士屢受波折及考驗，真正的關卡卻是與消費者的溝通。譬如，台灣的氣候條件，不如溫帶地區優越，容易發生病虫害，所以並非所有農產品都可以採有機方式生產。但與主婦聯盟合作的農民，都需符合安全農藥用量的規定。因此，有些消費者抱持著「農藥零殘留」的想法訂購農產品時，主婦聯盟需時時扮演教育消費者的角色，甚至以合議方式訂立規定，如：會員懷疑農產品的農藥殘留時，可申請檢驗，若有農藥殘留的情況，則由農民及主婦聯盟負責檢驗費用。若沒有，則由會員自行吸收費用。來紅女士，在此強調的並非「責任」



陳來紅女士認為消費者應積極與生產者建立產消互動



法國有機酪農René介紹法國有機農業現況

與「義務」的關係，她著重的是人與人之間的「信任關係」。因為，只要存有不信任，即使再好的食品，仍是會讓人存疑，也會使所有的事情滯礙難行。

現今「消費意識」抬頭，但消費者似乎仍停留在申訴或檢舉上，並沒有積極地改善整體的消費環境。若是消費者把抱怨的時間，轉移至鼓勵生產者，建立與生產者的信任關係，而非犧牲單方面的權益，使農民在符合彼此利益之情況下進行生產。這樣的理想情境，還是得靠消費者及生產者的共同努力。

在大學時，曾聽老師說過「依你想過的生活，選擇你的工作；不要選擇工作後，決定你往後過的生活。」過去認同這樣的話，卻沒有深刻的體會。所以，當小非與光爸提出對於「生活」的觀點時，也點醒每個人對於目前生活的體認。

光爸說，幸福會是日本的「共產」社區，是沒有單一領導者的社區，每一個人皆是領導者。若是在幸福會中發生任何事情時，他們首重以「有效的溝通」，並將每一件事視為單一事

件來處理。所以，當光爸提到在幸福會研習時，感受到「男人就是男人，女人就是女人，小孩就是小孩」，每個人都可以各自扮演好自己在生活上的角色。這看似簡單的想法，但在現實生活中，每個人常貪心地想多重扮演不同的角色，不僅無法擔任單一角色的責任，又無法突破本位的思考模式處理每一件事，從生活至產業皆是如此。學習如何以單一、極簡的生活及思考模式，或許是尋找答案的更好途徑。

在生活中，請試著不要把自己定位成「消費者」，只具備消費生活周遭事物的能力。將自己視為「生活者」時，你對與生活相關聯的事物，也多了一份責任與關懷。

法國有機酪農的自覺

由於張正揚先生曾於2005年到法國拜訪當地的「法國有機農民聯盟」，所以此次的國外專題便邀請聯盟的理事前來分享法國經驗。

理事René大致描述法國從事有機農業的情況，目前有機農民占全體農民的2%，起先農民對於有機認證制度，覺得是一種汙辱。但隨著狂牛

症、禽流感等傳染病盛行後，才漸漸改變大家對有機的看法。在傳統的農產品，並沒有將外在成本計算在售價內，如：生產過程中產生每一立方的廢水，要花23分錢去作汙水處理。所以，政府認為有機農業可以減少環境維護、人民健保等費用支出，雖然政府給予有機農業的直接補助是在轉型期的前2~3年；但消費者或學校團體在購買有機產品時，也會給予金額上的補助，也間接地鼓勵有機農業的發展。

各類食材在法國的價格由高至低為，高級食材>有機食材>一般食材。所以，在法國有機食材的價格並不是最高，反而介於一般及高級食材之間。René說，這也是法國有機農民採取的價格策略，希望讓有機產品可以更平價地提供給消費者，也能普及有機的想法。

由於René本身從事畜牧業，所以當消費者向他購買肉品時，訂單的量需達到半隻牛時，他才會將整隻牛屠殺販賣，而不是先殺了牛、冷凍，等待買家。農民販賣產品的宣傳管道有三：暑假的觀光客、夏季市集、地區性的農民目錄，而農民本身也擁有自己的店，是由好幾位農民共同持有供貨，而農民決定所有販售的事宜。

消費者與生產者之間的關係，消費者雖然沒有固定地持續性消費，但生產者永遠扮演一個教育消費者的角色，而農民的直接銷售也是制衡大



內門溝坪的芭樂不輸給燕巢芭樂的好口感

賣場的一種模式。所以，若是財團大規模經營有機農業的話，直接對農民造成的影響，可能是土地增值，農民不易取得土地。但René覺得，財團化帶來最大的影響，是稀釋有機在心理及文化層面的意義，這才是最主要的問題。

土地倫理的優先順序

農漁村的形成，主要在物資條件不足的情況下，形成了人群的經濟共同體，在農漁村中，可以使人們互通有無。但隨著時代與科技的進步，人們不再只是單純地交換物資。從採集捕撈、加工、貿易，至都市文明，為的是爭取更多的經濟利益。再加上世代交替，土地掌控者的思維，也影響土地的使用方向。

盧建銘老師舉自家的例子作說明，祖父輩經營土地，是結合生命哲理，所以老一輩有耕讀傳家的思想。到了父親一輩，則以為充分利用土地，謀求經濟利益，以此來換取幸福。傳承至自己，又回復到祖父一輩的想法。經濟結構是建立在人文倫理上，所謂傳統文化，也是來自人類不斷的傳承、改革。與其激烈地改變傳統文化，為何不找出彼此的折衷點，發現彼此相互配合的方式。

如何說服中產階級遵守地方倫理，避免他們誤用「善心」，戕害社區環境與地方文化；而資本家或許仍可以保持原本立場，但是站在新的倫理點，達到可符合利益的行動，同時也協助維護地方之特色。例如：文化之基因庫，便是維持地方的歧異性，避免均一化。因為唯有維持歧異性，商業利益才得以立足。但在此之前，尊重地



旗山學員帶來自製桑椹汁，讓大家品嚐自然的酸甜滋味



旗山種植檸檬的陳董寶，利用農閒時間養蜂

方的倫理與在地居民，永遠是優先考量。

拜訪農家的實質意義

「農家拜訪」的意義，是希望參與工作坊的

夥伴，藉由接觸農民實際的生活與工作，嘗試從農民的視角來了解農村與農業。另一方面，前往農家拜訪的學員們，在參與工作坊幾場的演說討論後，成為交流的媒介，攜帶著講座上的疑問、期待，向農戶提出問題、進行互動。在交談之間，農民不僅解答學員的疑惑，也為農民帶入大家討論的思維點。農家拜訪，不僅單方向使學員有所獲；相對地，農家也可以從學員身上得到消費新觀點，鼓舞他們在「產與銷」方向嘗試新作法，是一個雙向對等的互動交流。

農村工作坊在短短的4天3夜活動中，自然無法全面理解農村與農業整體的問題與困境，但引發一般民眾對農村的關心與重視，啓迪農民對自身農業的另類思索，便是農村工作坊引發的小火種，希望每個人將火種帶回到自己的生活中，引燃更多的想像，照亮台灣的農業及自己的生活。

【LOHAS樂活族系列】

LOHAS是Lifestyles of Health and Sustainability的縮寫，即健康永續的生活態度

原作者／英格麗·紐克（Ingrid Newkirk）



《樂活誌》，英格麗·紐克 著
野人文化出版，2006年7月上市
定價300元

支持獨立農友 走向有機生活

你知道平均一口大小的食物，在送進美國人嘴裡以前已經旅行了2千公里遠嗎？提供這項驚人訊息的是來自德州的美國太平洋廣播主持人珍妮絲·布魯。漫長的旅程不僅耗費大量汽油、讓路面遭到更多磨

損，還讓天空破了一個大洞，破壞保護地球的臭氧層！只要我們愈能就近取得食物，對環境的破壞就會愈少。

德州，這個牧場大到無邊無際的州；早上起床時一腳踩下去是麋鹿暖腳墊、一眼望去牆上掛著大牛頭；連青豆裡都塞著豬肉而且還能見到郊狼屍體掛在圍欄上的地方...。好，我想你應該有概念了。一言以蔽之，假如有機運動能在德州大行其道（事實上已在成長中），那不曉得該會是

多麼值得慶祝的大事。

在休士頓，獨立農友會在一起販賣自己親手播種、收成的有機新鮮蔬果，並互相交流有關農作物栽種、病蟲害、堆肥和環保的資訊。事實上，這種每週1次的有機市集正在美國各地興起，只要詢問任何1家有機合作社、注意報紙消息、或者瀏覽健康食品店的布告欄，就能輕易找到相關訊息。

當然，如果你是個勇於冒險的園藝愛好者，也可以自己闢菜園栽植有機蔬果，或在家裡的盆栽窗台種點番茄或其他蔬菜，甚至可以用不到美金30塊錢的預算自製盆栽窗台，現在市面上有機的食用蔬果種子很多，從果樹到大蒜都有。

食物短缺的二次世界大戰期間，過著配給生活的英國人和斯堪地納維亞人為了共體時艱，都會租借一小塊土地經營可供應蔬果的「市民農園」，現在這種熱潮又再度浮現，只不過為的是一個更快樂的理由，而且每個人都能成為社區裡的有機蔬果製造商，把運送距離縮短到幾公尺這麼近。