

1881.

2021.

HRVATSKA PČELA



140 GODINA

godište 140.
Zagreb, 2021.
ISSN 1330-3635

5



O mamcima za hvatanje rojeva

Pojavnost medne rose na maklenu

Zar je glavna paša opet izgubljena?



dr. sc. Zdenko Frančić
Znanstveni savjetnik u Institutu za medicinska istraživanja i medicinu rada, certificirani ekološki pčelar (selo Klinac pokraj Petrinje e-pošta: franic@klinac.eu)

Pčele kao marketinški alat

Neosporna je činjenica da na globalnoj razini insekti nestaju alarmantnom brzinom. No današnji je medijski prostor, devalviran pod pritiskom hiperprodukcije sadržaja, doveo do indiferentnosti čitatelja, što olakšava širenje lažnih vijesti. Mnoge dvojbenе informacije o nestajanju pčela i oprasivača postaju obični klik-mamci (clickbaits) namijenjeni samo povećavanju internetskog prometa da bi se povećao prihod od oglašivača. Osim toga, mnoge tvrtke imaju koristi od ovih dezinformacija jer prodaju najrazličitije proizvode usmjerene na „spašavanje pčela“.

Početak travnja ove godine donio je nekoliko neobično hladnih dana s mraznim jutrima, pa čak i mjestimičnim snježnim olujama. Klimatske su promjene iz godine u godinu sve izraženije i nepredvidivije te poljoprivreda postaje svojevrsna lutrija. Mraz, tuča, snježna oluja i ostale vremenske anomalije mogu učas odnijeti cijelogodišnji napor.

Glavni tajnik Ujedinjenih naroda António Guterres koncem je godine 2020. govoreci o stanju planeta Zemlje izjavio: „Svijet nije ispunio ni jedan globalni cilj biološke raznolikosti postavljen za 2020. godinu – biološka se raznolikost urušava, milijunima biljnih i životinjskih vrsta prijeti izumiranje. Ekosustavi nestaju pred našim očima. Pustinje se šire, gube se močvare. Svake godine Zemlja gubi više od 10 milijuna hektara šuma.“

Biološka raznolikost ovisi o oprasivačima, koji nam osiguravaju opskrbu hranom. Oprasivači, posebice

pčele, nestaju. Tko bi želio živjeti na Zemlji na kojoj više nema pčela? Zbunjena i prestrašena javnost u različitim se medijima nebrojeno puta susrela s onom slavnom rečenicom koja se pripisuje znanstvenoj ikoni 20. stoljeća Albertu Einsteinu: „Ako pčele nestanu, ljudi imaju još četiri godine života“. Ištine radi, istraživači Einsteinova lika i djela nisu među dostupnim dokumentima i njegovom ostavštinskom pronašli objektivne dokaze da je on tu rečenicu zaista izrekao, no to nipošto ne umanjuje njezinu dramatičnost. Ta se misao zapravo pripisuje Belgijancu Mauriceu Maeterlincku, dobitniku Nobelove nagrade za književnost godine 1911. i autoru čuvene knjige „Život pčela“, još davne 1917. godine u nakladi Hrvatskoga prirodoslovnoga društva prevedene i na hrvatski jezik.

Ljudi sve više shvaćaju da zaštiti klimu znači štititi zdravlje i osigurati dosta količine hrane, a time i svoj opstanak. Senzibilizaciju potrošača, odnosno šire javnosti, počele su iskoristavati mnoge kompanije hvaleći se kako je njihovo poslovanje društveno osjetljivo te da svojim djelovanjem štite prirodu i čuvaju prirodne resurse. Dobar ugled, takozvani imidž, prepoznat je kao konkurentska prednost.

Dva su načina stjecanja takve prednosti. Prvi je dosljedna primjena postulata društveno odgovornog poslovanja i istinska briga za prirodu i okoliš. Drugi je neusporedivo jeftiniji, a dobio je naziv *greenwashing*, doslovce „zeleno pranje“, što možemo opisno prevesti kao forsiranje ili zlouporabu zelenog imidža radi egoistične koristi trgovaca i različitih tvrtki. *Greenwashing* nije samo neodgovorno nego i opasno ponašanje koje u stvari sabotira brigu za okoliš i održivi razvoj. Poseban vid *greenwashinga* jest *beewashing*, pogadate već, vrsta imidža „zelenog pranja“ kod kojeg tvrtke nagovaraju i zavode potrošače da kupuju proizvode ili usluge zbog (lažne) prepostavke da time pomažu pčelama.

PČELE KAO SREDSTVO ZA BRENDIRANJE PROIZVODA

Beewashing je pojam koji su još godine 2015. godine skovali znanstvenici J. Scott MacIvor i Laurence Packerat s kanadskog Sveučilišta York kad su u prestižnom časopisu *PLOS One* objavili rad o takozva-



KOMERCIJALNI „HOTELI ZA PČELE“



nim hotelima za pčele, odnosno nastambama namjenjenima razmnožavanju i očuvanju solitarnih pčela (pčela samica ili samotarki, lat. *Osmia*). U radu su, između ostalog, opisali načine kako tvrtke i trgovci koriste pčele da bi zavarali potrošače. *Beewashing* je marketinški trik („spin“) uz pomoć kojeg se širu javnost navodi da misli da je neki proizvod ili usluga ekološki prihvativljiva i da pomaže opstanku pčela i ostalih opašivača.

Spomenuti je dvojac istraživača otvorio i pitanje utječe li favoriziranje medonosnih pčela zapravo negativno na preživljavanje različitih vrsta prirodnih solitarnih pčela i na održavanje njihove biološke raznolikosti. No na to pitanje još nema konačnog odgovora.

Da bi skrenula pozornost na marketinške prakse povezane s pčelama i dokumentirala primjere zloupotrebe pčela radi zarade, Charlotte de Keyzer, doktorandica na Sveučilištu u Torontu, pokrenula je mrežnu stranicu <https://www.bee-washing.com/>. Primjerice, koja je svrha držanja košnica medonosnih pčela na terasama i krovovima višekatnih hotela u čijoj okolini nema baš nikakvog zelenila, a kamoli medonosnih biljaka, jer su smješteni usred urbanih središta velikih europskih gradova? Ipak, u predvorju hotela mogu se vidjeti veliki ekrani koji u realnom vremenu prenose događanja u tim košnicama i oko njih, i to usporedo s propagandnim tekstovima u kojima se ističe uloga hotelskog lanca u brzi za pčele i očuvanje okoliša.

OBAVEZE HRVATSKIH POLJOPRIVREDNIKA

Hrvatski poljoprivrednici koji su koristili mjeru 10.1.7. Održavanje ekstenzivnih voćnjaka (EV), sukladno Programu ruralnog razvoja Republike Hrvatske iz-

među ostalih obveza imaju i obvezu postavljanja minimalno jedne nastambe za solitarne pčele za svaki hektar površine svojih voćnjaka. Valja napomenuti da slične obaveze imaju i poljoprivredni proizvođači u ostalim zemljama Europske unije. Ako je voćar ujedno i pčelar te je u voćnjak postavio košnice medonosnih pčela, to ga ne oslobađa obaveze da u istom voćnjaku ima i nastambe za solitarne pčele. Kao i prethodnih godina, ta je obaveza i ove godine eksplicitno propisana Pravilnikom o provedbi izravne potpore poljoprivredi i IAKS (Integrirani administrativni i kontrolni sustav) mjera ruralnog razvoja za 2021. godinu (NN 23/2021). O postavljanju i pregleđima nastambi na česticama voćnjaka uvedenih u ARKOD-u potrebno je voditi evidenciju na obrascu koji je propisan istim pravilnikom. Nepridržavanje odredbi povlači za sobom nesukladnost okarakteriziranu kao ozbiljnu. Međutim, o nastambama za solitarne pčele u (hrvatskom) pravilniku nisu naznačeni detalji. Takve nastambe vještiji poljoprivrednici mogu načiniti sami ili ih mogu nabaviti gotove.

PROBLEMI S NASTAMBAMA ZA SOLITARNE PČELE

Nažalost, nastambe za solitarne pčele, popularno nazivane „hoteli za pčele“ ili „hoteli za insekte“, jedan su od primjera popularnog proizvoda koji se reklamira kao zgodan način pomoći pčelama i poljoprivrednicima. Cijena takvih komercijalnih kutija za grijanje insekata kreće se od desetak do stotinjak eura. Mogu se pronaći u različitim trgovinama poljoprivrednih i vrtnih potrepština, pa čak i u on-line trgovinama kakve su primjerice ekspoziture sveisutnog Amazona u mnogim državama Europske unije. Zajedničko im je to da promoviraju „prirodni okoliš za solitarne pčele“, iako se u stvarnosti većina solitarnih pčela gnijezdi u zemlji. Mnoge kutije za

gniježđenje mogu biti čak i štetne za pčele jer mogu prenositi bolesti ako se pravilno ne održavaju i ne čiste, posebice ako se rabe više godina za redom. Nažalost, mnoge je takve nastambe nemoguće rastaviti i adekvatno očistiti pa bi se svake godine trebala nabavljati nova.

Komercijalno nabavljive nastambe uglavnom su načinjene od drveta s izbušenim „tunelima“ i/ili cjevčicama od bambusa vezanima u snopove. U pravilu su vrlo lijepo osmišljene te zaista mogu predstavljati lijep dizajnerski ukras na zidovima kuća ili u vrtovima. No daleko je bolja ideja načiniti „hotel za pčele“ samostalno i pritom uz drvo, siporeks i bambus upotrijebiti i druge raznovrsne materijale kao što su slama i sijeno, šuplja cigla, suho lišće, barska trstika i slično. U blokovima od drva i siporeksa tuneli se rade svrdlima, pri čemu im je optimalna duljina oko 12 centimetara, a promjer između 6 i 12 milimetara.

Zaključimo

Neosporna je činjenica da na globalnoj razini insekti nestaju alarmantnom brzinom. No današnji je medijski prostor devalviran pod pritiskom hiperprodukcije sadržaja, doveo do indiferentnosti čitatelja, što olakšava širenje lažnih vijesti. Mnoge dvojbenе informacije o nestajanju pčela i oprasivača postaju obični klik-mamci (*clickbaits*) namijenjeni samo povećavanju internetskog prometa da bi se povećao prihod od oglašivača. Osim toga, mnoge tvrtke imaju koristi od ovih dezinformacija jer prodaju najrazličitije pro-

SAMOSTALNO IZRADEN „HOTEL ZA PČELA“



izvode usmjerenе na „spašavanje pčela“. Ironično, često je najbolji način očuvanja pčela manje raditi (primjerice manje kositri tratinu, manje uređivati vrt, primjenjivati manje pesticida i slično) ili raditi ciljano: saditi različito cvijeće koje ima mnogo nektara i koje cvjeta i u pretežito bespašnim razdobljima, načiniti bazenčiće (pojillce) i slično.

Empirija, ali i znanstvena istraživanja, odavno su pokazali da je primjerena cijena meda i pčelinjih proizvoda najbolja pomoć pčelama. No to je već druga priča.