

PRIRUČNIK ZA
EKOAKTIVIZAM





PRIRUČNIK
NA
EKO
TIVIZAM

6 ŠTO JE EKOAKTIVIZAM?*Sažetak predavanja Tomislava Tomaševića***10 GLOBALIZACIJA I OKOLIŠ***Sažetak predavanja dr. sc. Dražena Šimleše***19 PRAVO OKOLIŠA***Sažetak predavanja Željke Leljak Gracin***70 ZAŠTITA PRIRODE***Sažetak predavanja mr. sc. Jagode Munić***74 ENERGETIKA I KLIMATSKE PROMJENE***Sažetak predavanja Tonija Vidana***81 ZAŠTITA VODA***Sažetak predavanja Irme Popović Dujmović***85 OTPAD***Sažetak predavanja Marijana Galovića***89 ODRŽIVI PROMETNI SUSTAV***Sažetak predavanja Bernarda Ivčića***95 ODRŽIVOST U PRAKSI***Sažetak predavanja Brune Motika***98 PERMAKULTURA I HRANA***Sažetak predavanja Sunčane Pešak***103 PREPORUČENE POVEZNICE****104 IMPRESSUM****PRIRUČNIK ZA EKOAKTIVIZAM**

AKCIJE JAVNOG ZAGOVARANJA	21
MASOVNI PROSVJED	29
PROCEDURE JAVNIH OKUPLJANJA	31
KAKO IZRADITI TRANSPARENT?	33
KAKO MOBILIZIRATI AKTIVISTE?	35
KOORDINACIJA GRUPE	37
PARTICIPATIVNO ODLUČIVANJE I TIMSKI RAD	39
KOMUNIKACIJA S GRAĐANIMA	41
POTICANJE GRAĐANA NA AKCIJU	44
TISKANI MATERIJALI	45
MEDIJI	47
IZJAVA I INTERVJU	55
KAMPANJE JAVNOG ZAGOVARANJA	57
PARTNERSTVA, KOALICIJE I UMREŽAVANJA	63
PRIKUPLJANJE SREDSTAVA ZA AKCIJU ILI KAMPANJU (FUNDRAISING)	65

O PRIRUČNIKU

Zelena akcija/FoE Croatia je započela s edukacijom građana o ekološkom aktivizmu kroz seriju ekoseminara još 1998. godine, a nakon serije predavanja seminar bi završavao vikend-radionicom na kojoj bismo sudionike educirali o načinu organiziranja akcija i kampanja. Forma ovog priručnika slijedi ekoseminar pa sadrži sažetke predavanja održanih tijekom 2010. godine i dio koji daje praktične upute kako napraviti akciju i raditi s aktivistima. Namjena ovog priručnika je da pomogne svim zainteresiranim građanima da dobiju uvid u sadržaj ekoseminara te da, osim teorijskog dijela, imaju na jednom mjestu upute o akcijama javnog zagovaranja. Priručnik je nastao u sklopu projekta "Izgradnja kapaciteta i povezivanje udruga za zaštitu okoliša uz pomoć Friends of the Earth International (FOEI)", koji je financirala Kraljevina Nizozemska kroz program MATRA, a provode ga *Friends of the Earth International* i Zelena akcija/*Friends of the Earth Croatia* u razdoblju od 2009. do 2012. godine. Videozapisi s predavanja se mogu naći na web stranicama Zelene akcije (http://zelena-akcija.hr/hr/multimedija/video/jesenski_eko_seminar_2010). U pripremi ovog priručnika je sudjelovao cijeli tim aktivistica i aktivista Zelene akcije.

Uredništvo





ŠTO JE EKOAKTIVIZAM?

Sažetak predavanja Tomislava Tomaševića

Povijest pokreta za zaštitu okoliša odnosno ekoaktivizma

Počeci institucionalne zaštite okoliša javljaju se 50-ih godina 20. stoljeća, kada se došlo do spoznaje koliki je utjecaj čovjeka na Zemlju, kako bi se prije svega zaštitio opstanak čovjeka na njoj. Iako je ljudska vrsta na Zemlji prisutna tek u njezino najnovije doba, izvršila je veći utjecaj na nju nego bilo koja druga vrsta. Tako postoji mogućnost, uvidjelo se tada, da Zemlja opstane, ali da uvjeti na njoj više ne omogućuju opstanak čovjeka.

Čovjek utječe na okoliš od pretpovijesnog doba, a svaki od tehnoloških napredaka dovodi do određenog utjecaja na okoliš i ekoloških problema. Trenutačno se nalazimo na zalazu biotehnoške revolucije, kada se došlo do spoznaje da upotreba biotehnologije u poljoprivredi neće dovesti do očekivanih rezultata kao što su, primjerice, stvaranje superiornih poljoprivrednih kultura ili smanjenje gladi u svijetu te velike multinacionalne korporacije polako odustaju od nje, no nova, nanotehnoška revolucija pred nas donosi nove nedoumice vezane uz čovjekov utjecaj na okoliš. Počeci ekoaktivizma vežu se uz hladnoratovsko razdoblje, kada se, na-

kon Drugog svjetskog rata koji je ostavio goleme posljedice, javljaju promišljanja o globalnom utjecaju čovjeka na okoliš. Tako se 50-ih godina 20. stoljeća organiziraju prvi antinuklearni i mirovni prosvjedi usmjereni ne samo na zaštitu ljudske vrste nego i cjelokupnog okoliša, a tada nastaju i prve organizacije za zaštitu okoliša. To je i vrijeme "zelene revolucije", odnosno poljoprivredne proizvodnje koja povećava prinose odabirom visokorodnih vrsta, intenzivnom upotrebom umjetnih gnojiva i pesticida, čime se ujedno vrši i velik utjecaj na okoliš. Stoga se 60-ih godina 20. stoljeća pojavljuju prva istraživanja o pesticidima koja dokazuju njihov negativan utjecaj na okoliš, prvenstveno na ptice, ali i čovjeka.

Ekološki pokret u pravom smislu te riječi doživljava razvoj u 70-ima, kada se osnivaju i neke od najvažnijih svjetskih organizacija za zaštitu okoliša, kao što su *Greenpeace* i *Friends of the Earth International*. Tada počinje i obilježavanje Dana planeta Zemlje te 22. travnja 1970. godine na prvoj proslavi u SAD-u sudjeluje više od dvadeset milijuna ljudi, a danas se obilježava svake godine u više od 175 država, uključujući i Hrvatsku. Pojavljuju se prve projekcije rasta ljudske populacije i kakav će to utjecaj imati na okoliš, što jasno definira skupina svjetskih znanstvenika i lobista pod nazivom Rimski klub 1972. godine u publikaciji *Granice rasta* u kojoj navode da se rast ljudske populacije mora ograničiti kako ne bi došlo do razornih posljedica za čovječanstvo. Znanstvenik James Lovelock sa suradnicom dr. Lynn Margulis razvija hipotezu "Geja" koja Zemlju promatra kao jedinstveni organizam koji se samoregulira procesom homeostaze. Porast zanimanja za teme zaštite okoliša doveo je do toga da je prvi put jedna konferencija Ujedinjenih naroda – u Stockholmu 1972. godine – posvećena isključivo okolišu. Bilo je to prvi put da su na ovoj razini vlade raspravljale o potrebi zaštite okoliša koji ne poznaje granice, što zahtijeva međunarodnu suradnju. Nakon konferencije je još iste godine osnovana agencija UN-a za okoliš (UNEP – United Nations Environment Programme).

Osamdesete godine obilježile su velike ekološke katastrofe u kojima su smrtno stradale stotine tisuća ljudi. U indijskom gradu Bhopalu, nakon što je 1984. godine u tvornici pesticida Union Carbide iscurio otrovni plin, pomrlo je, prema različitim izvorima, između 3500 i 15.000 ljudi, čemu treba dodati i još 100.000–200.000 ljudi koji trpe različite druge posljedice. Prema procjenama neslužbenih izvora od posljedica černobilske katastrofe, do koje je došlo 1986. g. nakon eksplozije u nuklearnoj elektrani u Černobilu u Ukrajini, preminulo je 200.000 ljudi. Curenje nafte s tankera Exxon Valdez u Aljaskom zaljevu 1989. godine uzrokovalo je golemu štetu ekosustavu. Otkriće ozonske rupe 1985. godine, efekt globalnog zatopljenja, kisele kiše; sve to postalo je predmet živih znanstvenih rasprava, ali i dovelo do toga da se stvori politička volja za rješavanje problema, što je rezultiralo Konferencijom UN-a o okolišu i razvoju održanoj u Rio de Janeiru 1992. godine, poznatoj i pod nazivom *Earth Summit* (Summit za

Zemlju). Na ovoj, do tada najvećoj konferenciji u povijesti, sudjelovalo je više od sto premijera država, predsjednika i kraljeva, a naglasak je stavljen na probleme deforestacije i gubitka raznolikosti te klimatske promjene i smanjenje ozonskog omotača. Doneseno je nekoliko odluka važnih za zaštitu okoliša, primjerice UN Konvencija o klimatskim promjenama iz koje je poslije je nastao Kyoto protokol. Na konferenciji je službeno prihvaćen koncept održivog razvoja kao onaj razvoj kojim se zadovoljavaju osnovne potrebe sadašnjih generacija bez da se ugrožava mogućnost da buduće generacije budu u stanju zadovoljiti svoje osnovne potrebe. Važnost triju stupova održivog razvoja – okoliša, društva i ekonomije – ovdje se izjednačava te naglašava nužnost održavanja ravnoteže između njih. Noviji koncepti održivog razvoja idu i dalje te najveću važnost daju okolišu, jer je društvo samo podsustav okoliša, a ekonomija podsustav društva. Tako gospodarstvo ne može funkcionirati ako ne funkcionira društvo, što se događa u slučajevima ratova, socijalne nejednakosti, nepoštivanja ljudskih prava i sličnog, a društvo ne može funkcionirati u devastiranom okolišu koji onemogućuje zdrav život.

Nažalost, nakon *Earth Summita* sve ove ideje nisu doživjele svoju potpunu primjenu u praksi te se danas susrećemo s brojnim problemima, dok, s druge strane, imamo nevjerojatan rast ljudske populacije. Tako se u posljednjih pedeset godina broj ljudi na Zemlji više nego udvostručio – od oko tri milijarde 60-ih godina 20. stoljeća do danas, kad se približavamo brojcima od sedam milijardi, a taj rast uglavnom se događa u slabije razvijenim zemljama u kojima je kvaliteta života na nižoj razini.

Osnovni pojmovi za razumijevanje ekoaktivizma:

Priroda – sve ono što čovjeka okružuje, a što nije stvorio čovjek (i živo i neživo)

Okoliš – sve što čovjeka okružuje – uključuje i prirodu i ono što je stvorio čovjek

Ekologija – prirodna znanost o odnosima među živim bićima te njihovu odnosu s okolinom

Zaštita okoliša – ljudska djelatnost – skup odgovarajućih aktivnosti i mjera kojima je cilj sprečavanje onečišćenja i zagađenja okoliša, sprečavanje nastanka šteta, smanjivanje i/ili otklanjanje šteta nanesenih okolišu te povrat okoliša u stanje prije nastanka štete

Aktivizam – usmjeren na stvaranje promjene za opće dobro, bilo u ljudima, bilo u društvu, nije bitno postoji li novčana nagrada. Može biti usmjeren direktno na ponašanje pojedinaca kako bi se promijenili ili na, primjerice, institucije koje donose odluke kako bi se posredno promijenilo društvo

Volontiranje – dobrovoljni rad bez naknade, koji se izvodi kao pomoć konkretnim ljudima ili za opće dobro

Ekoaktivizam – aktivizam u području zaštite okoliša.

Ekološki pokret u Hrvatskoj

Počeci organiziranog ekološkog pokreta u Hrvatskoj datiraju iz 80-ih godina. Kako u socijalističkom režimu nije bilo zakonski moguće osnivanje nevladinih udruga, 1986. je osnovana radna grupa za mirovni i ekološki pokret SVARUN – neformalna grupa čiji su osnivači danas na čelu brojnih organizacija civilnog društva. Dvije godine poslije, 1988., nastalo je Društvo za unapređenje kvalitete življenja koje počinje s obilježavanjem Dana planeta Zemlje u Hrvatskoj 1991. godine. Kada je u Hrvatskoj zakonski omogućeno osnivanje udruga civilnog društva, 1990. godine osnovana je Zelena akcija koja je danas najveća hrvatska udruga za zaštitu okoliša. Ekološki pokret u Hrvatskoj širi se sredinom 90-ih, te su 1995. godine osnovane Zelena Istra u Puli i Zeleni Osijek, a 1998. udruga Sunce u Splitu. Zelena akcija organizira obilježavanje Dana planeta Zemlje od 1996. godine.

O Zelenoj akciji i metodama rada

Zelena akcija primarno se bavi djelatnošću zaštite okoliša. Profesionalni tim čini desetak stručnjaka iz raznih znanstvenih disciplina koji probleme rješavaju multidisciplinarno. Profesionalnom timu pomaže 100-tinjak volontera na raznim poslovima Zelene akcije te 30-ak aktivista koji pomažu u svim kampanjama javnog zagovaranja.

Dva su osnovna načina djelovanja Zelene akcije:

1. Projekti zaštite okoliša – izvode se po cijeloj Hrvatskoj i čine oko 70% djelatnosti Zelene akcije.
2. Kampanje javnog zagovaranja – zagovaramo donošenje boljih zakona i strategija od nadležnih institucija ili zaustavljanje projekata koji će imati velik negativni utjecaj na okoliš. U tome koristimo razne metode: priopćenja i tiskovne konferencije, ulične akcije, masovne prosvjede, akcije građanskog neposlušanja, ali isključivo nenasilne i koje ne zadiru u vrednote definirane Ustavom. Ove aktivnosti čine oko 30% djelatnosti Zelene akcije.

U zaštiti okoliša može se angažirati na različite načine:

1. Svjesni pojedinac – primjenjuje načela zaštite okoliša u svom životu
2. Donator za zaštitu okoliša – ne mora se nužno sam uključiti u udrugu, ali pomaže financijski
3. Volonter u zaštiti okoliša – pomaže svojim stručnim znanjima, na programima zaštite okoliša ili u kampanjama
4. Aktivist u zaštiti okoliša – svakodnevno djeluje na promjeni ponašanja ljudi iz svoje okoline ili kroz kampanje javnog zagovaranja radi pritisak na one koji donose odluke vezane uz okoliš.



GLOBALIZACIJA I OKOLIŠ

Sažetak predavanja dr. sc. Dražena Šimleše

Okoliš je danas jedan od najzornijih primjera globalnosti našeg svijeta i poznate metafore o lepetu krila čiji utjecaj se širi preko svih granica. Možemo shvatiti globalni okoliš kao organizam i u skladu s tim izjaviti kako mu je opće stanje sve gore jer su dijelovi organizma u sve gore stanju. To nam prikazuje Izvještaj UN-a o stanju i promjenama u globalnim ekosustavima te utjecaju tih promjena na ljudsku dobrobit i zdravlje (Millenium Ecosystem Assesment), koji je prvi put objavljen 2006. godine i najopsežniji je do danas napravljen dokument na globalnoj razini o stanju i promjenama u okolišu i o tome kako te promjene utječu na nas.

Četiri godine je 1360 znanstvenika iz 95 zemalja svijeta istraživalo i ustanovilo da na Zemlji postoji 24 tzv. **žarišne točke bioraznolikosti** (*biodiversity hotspots*) – područja od iznimne važnosti za bioraznolikost. Neke od njih, primjerice kišne tropske šume kod ekvatora, važne su za stabilnost čitavog planeta, a neke, poput Mediterana, za neki njegov dio. Također su utvrdili da smo u petnaest od 24 ta područja prešli razinu održivosti, a u sljedećih pet smo na rubu. Kako u globaliziranom svijetu živimo

trošeći resurse ljudi koje ni ne poznajemo, načinom života ugrožavamo samostabilnost planeta, odnosno njegovih najvrednijih područja. Više o tome možete pronaći u izvještaju *Millenium Ecosystem Assesment* (Više na: www.maweb.org)

Living Planet Report 2010

Ovaj izvještaj svake dvije godine objavljuju Global Footprint Network i WWF, pri čemu WWF radi izvještaje o broju kraljevnjaka, a Global Footprint Network o utjecaju čovjeka na planet odnosno ekološkom otisku. **Global Living Planet Index** – indeks kojim se mjeri brojnost životinjskih vrsta – kontinuirano opada. Od 70-ih do danas pao je za oko 30%, a za tropske kišne šume čak za 60%. To ukazuje da mi, radi zadovoljavanja svojih potreba, stvaramo najveći pritisak na područja koja su nam najvažnija. **Ekološki otisak** je mjera kojom mjerimo utjecaj čovjeka na planet, a izražava koliko je hektara tla i vode po osobi potrebno da bi se održao trenutni životni stil odnosno zadovoljile sve naše potrebe u hrani, energiji, građevinama, otpadu, transportu. Na globalnoj razini trenutno živimo kao da imamo dva planeta na raspolaganju, u SAD-u je to 4,5, razvijenim državama Europske unije 3-3,5, a u Hrvatskoj 2. To znači da je planetu potrebna godina i pet mjeseci da nadoknadi (akumulira i regenerira) sve ono što mi potrošimo za godinu dana, dakle živimo na dug koji se sve više prolongira.

Ekološki otisak se uvijek stavlja u odnos s biološkim kapacitetom koji predstavlja ukupnost svih resursa planeta koje trošimo, a biološka raznolikost je dobar pokazatelj biokapaciteta.

Kada se ova dva grafa stave u usporedbu, uviđa se kako su naše potrebe za sve većom potrošnjom u potpunoj suprotnosti s resursima koji su nam preostali za trošenje: ukupni svjetski ekološki otisak iznosi 2,7 ha/stanovniku, a biokapacitet iznosi 1,8 ha/stanovniku, što znači da trošimo više nego što imamo, pa smo sada u minusu 0,9 ha.

Drugi problemi održivog razvoja

Pored ugroženosti bioraznolikosti i trošenja resursa, na stanje u okolišu utječu klimatske promjene, smanjenje količine i kvalitete plodnog tla, ali i problem obrađivanja plodnog tla. U Hrvatskoj se više od 50% plodnog tla ne obrađuje, no u razvijenom svijetu je nedostatak plodnog tla velik problem koji neke zemlje rješavaju zakupom plodnog tla u siromašnijim zemljama. Na taj način se troše resursi određene zemlje, a proizvedena hrana ne ostaje kod lokalnog stanovništva, pa se govori o fenomenu "otimanja zemlje" (*land grabbing*). Neke siromašne zemlje na taj su način otplacivale svoje dugove.

Ako se pogleda koncept održivog razvoja, jasno je da na ekološke probleme utječu ekonomski i drugi društveni problemi. Ekonomska kriza financijskog sustava i pokušaji da se ona riješi tiskanjem novca i zaduživanjem

siromašnijih zemalja pokazuje da postojeći ekonomski sustav nije održiv i rezultira sve većim jazom između bogatih i siromašnih te slabljenjem socijalne pravde. Osim toga, postoji problem nepovjerenja u demokratske procese i institucije te čitavi politički sustav.

Trošeći više resursa nego što ih imamo, uzimamo ih od nekoga, pa bi se moglo reći da se ratovi, koji se vode zbog resursa, vode zbog određenog životnog stila. Ako toga nismo svjesni i nemamo informacije te nismo sposobni vidjeti da idemo u krivom smjeru, možemo govoriti o krizi percepcije. Međutim, većina nas, unatoč tome što smo svjesni problema i imamo informacije, održava isti životni stil, jer je u sustavu koji potiče natjecanje teško mijenjati navike te govorimo o krizi vrijednosti, pri čemu opravdavamo svoju pasivnost i smanjujemo vlastitu odgovornost. Razlog tome je što smo se odvojili (razdvojili, separirali) od ekosustava bez kojih ne možemo opstati i oduzeli im subjektivnost i osobnost.

Tako često ne prepoznajemo ili zanemarujemo veliku važnost četiri stvari koje nam ekosustav omogućuje, čak i kad od njih imamo ekonomsku korist:

Održavanje – ekološki sustavi podržavaju naš život čitavim nizom kreiranja stvari, resursa i sl.

Opskrba – ekosustavi nas opskrbljuju onime što nam je najbitnije (hrana, voda, zrak). Bez obzira na razvijenost, i dalje smo ovisni o istim resursima za temeljne životne potrebe.

Reguliranje – ekosustavi imaju sposobnost reguliranja čitavog niza procesa koji utječu na kvalitetu naših života, a koje ni ne primjećujemo. Primjerice, jedan od glavnih uzroka poplava je kanaliziranje rijeka i krčenje šuma.

Kultura – ekosustavi nam daju estetske i rekreacijske koristi; prema nekim istraživanjima u gradovima s više zelenila ljudi se osjećaju bolje.

Šest načela ekosustava

Fritjof Capra, fizičar i jedan od najvećih ekoloških mislioca, autor brojnih knjiga od kojih je najpoznatija *Mreža života*, smatra da nećemo moći promijeniti postojeći smjer razvoja dok ne naučimo sljedećih šest načela koja postoje u ekosustavima:

- **Mreže** – u ekosustavima je sve umreženo, a granice između mreža su prostori susreta gdje različite vrste počinju komunicirati, pa tako ne možemo odjeljivati dijelove od cjeline.
- **Krugovi** – u prirodi sve kruži (npr. otpad jednog sustava je resurs drugog).
- **Solarna energija** – sve postoji zahvaljujući suncu, fotosintezi. Problem i opet nastaje kod neumjerene potrošnje ovog resursa – Jeremy Rifkin tako kaže da ljudi svojom masom zauzimaju 1% mase na planetu, a koriste 24% produkta fotosinteze.

- **Partnerstva** – ekološki sustavi su se razvili na temelju suradnje i partnerstva.
- **Raznolikost** – što je ekosustav raznolikiji, to je veća njegova sposobnost da opstane; što je ekosustav jednoobrazniji, podložniji je propadanju.
- **Dinamička ravnoteža** – ekosustavi uvijek imaju tendenciju da dođu u ravnotežu, elementi ekosustava uvijek teže da budu na optimalnoj razini, ako se to pređe, ostatak sustava to pokušava vratiti u ravnotežu. Capra inzistira na tome da ova načela prenesemo u ljudske sustave, jer inače nećemo moći živjeti održivo. Iz tih šest načela moramo stvoriti četiri nove sposobnosti u svakome od nas, a za koje smatra da su slabo razvijene:

Kognitivne sposobnosti – moramo promijeniti način na koji razmišljamo – informirati se, osvijestiti neke stvari, usvojiti nova znanja, naučiti šest načela i kako smo povezani s ekosustavom i međusobno.

Emocionalna sposobnost – emocionalna povezanost s okolišem i međusobno, nedostatak ljubavi s kojom se međusobno odnosimo.

Aktivna sposobnost stvaranja – nema dovoljno ljudi koji proizvode nešto pozitivno.

"Spirit" – sposobnost povezivanja – naša sposobnost da se dobro osjećamo sa svijetom i svjesni smo povezanosti s drugima. Mnoge promjene koje su rezultat našeg djelovanja na planetu sigurno će rezultirati nekim negativnim pojavama, čije razmjere se ne može točno predvidjeti, no sigurno je da će priliku za opstanak imati samo ona područja koja se budu brinula za ljude.



PRAVO OKOLIŠA

Sažetak predavanja Željke Leljak Gracin

Počeci prava okoliša, propisi i institucije

Iako se neke naznake o važnosti prava okoliša mogu naći već u rimskom pravu, to je prilično nova grana prava, nastala 70-ih godina dvadesetog stoljeća, tijekom kojih se povećala pažnja javnosti prema okolišu i njegovu onečišćenju u SAD-u. Pravo okoliša je novo pravno područje, odnosno multidisciplinarna pravna grana koja nema svoju preciznu definiciju, a pravna znanost tek traži kako ga primjereno urediti. Većina zemalja je zaštitu okoliša prepoznala kao ustavno načelo, pa je tako i Ustav u Hrvatskoj najvažniji propis u kojemu se govori o zaštiti okoliša – u njegovu članku 3 **očuvanje prirode i čovjekova okoliša** definiraju se kao najviše vrednote ustavnog poretka RH. U Ustavu se također navodi kako svatko ima pravo na zdrav život i dužan je, u sklopu svojih ovlasti i djelatnosti, osobitu skrb posvećivati zaštiti zdravlja ljudi, prirode i okoliša. Također se navodi kako je zadatak države osigurati uvjete za zdrav život te se daje važnost osobitoj zaštiti zdravlja ljudi, prirode i ljudskog okoliša. U Kaznenom zakonu definirana su kaznena djela protiv okoliša (primjerice onečišćenje, ugrožavanje okoliša bukom, otpadom, itd.), dok je jedna od temeljnih konvencija o okolišu Arhuška konvencija u kojoj se definiraju prava na pristup informacijama o okolišu, sudjelovanje javnosti u procesima donošenja odluka koji se odnose na okoliš i pristup pravosuđu u pitanjima okoliša. Zakon o zaštiti okoliša (ZOZO) je krovni propis zaštite okoliša u kojem se definiraju načela, dokumenti, postupci, obveze i prava različitih aktera, prekršajne odredbe i dr. Prvi put je donesen još 1994., a zatim 2007. godine.

U Hrvatskoj je za zaštitu okoliša nadležno nekoliko institucija, od kojih je najviše Hrvatski sabor koji donosi zakone i odluke, a unutar njega djeluje i radno tijelo Odbor za zaštitu okoliša. Problem je što ne postoji jedno ministarstvo koje bi pokrivalo apsolutno sva pitanja zaštite okoliša, već je za to nadležno pet ministarstava, prvenstveno Ministarstvo zaštite okoliša i prirode, Ministarstvo graditeljstva i prostornog uređenja, Ministarstvo zdravlja nadležno je za GMO i kemikalije, Ministarstvo poljoprivrede za šume i vode, a tu je još i Ministarstvo pomorstva, prometa i infrastrukture. Različitih inspekcijskih službi ima također puno, što otežava snalaženje građanima, a za neka pitanja nadležni su i županijski i gradski uredi za zaštitu okoliša.

Osnovni propisi u Hrvatskoj kojima se definira zaštita okoliša:

- Ustav RH
- Kazneni zakon
- Zakon o zaštiti okoliša (ZOZO) – krovni propis zaštite okoliša
- Zakon o zaštiti prirode
- Zakon o otpadu (zrak, vode, kemikalije...)
- Strategije, uredbe, pravilnici, odluke.

Neka kaznena djela protiv okoliša:

- Onečišćenje okoliša
- Ugrožavanje okoliša bukom
- Ugrožavanje okoliša otpadom
- Protupravna gradnja
- Protuzakoniti ribolov
- Ugrožavanje okoliša napravama
- Mučenje životinje
- Pustošenje šuma itd.

Pravo okoliša, građani i udruge

Građani često nemaju informacije o zaštiti okoliša, ili ne znaju kako ostvariti svoja prava. Primjerice ne znaju da imaju pravo sudjelovanja u raznim postupcima (procjene utjecaja na okoliš, okolišne i lokacijske dozvole, donošenje prostornih planova i sl.), a u slučaju da su im ta prava povrijeđena, imaju pravo na pristup pravosuđu, odnosno imaju pravo ostvarenje svojih prava tražiti sudskim putem. Nekim drugim propisima definiraju se i još neka prava građana vezana uz zaštitu okoliša – primjerice zaštita od imisija (buka, otpadne vode itd.) i pravo na naknadu eventualne štete. Udruge daju besplatne pravne savjete građanima, upućuju ih kome se trebaju obratiti za određeni problem, kako pronaći informacije i sl. Također prate promjene u propisima i sudjeluju u njihovoj izradi, prate i provedbu propisa te rade na podizanju svijesti javnosti o problematici okoliša, a najvidljiviji aspekt tog rada su kampanje javnog zagovaranja koje uključuju akcije i prosvjede.

Pravo okoliša i aktivizam

U aktivizmu je bitno znati prava i obveze aktivista (sudionika prosvjeda, akcija, performansa), kao i sagledati moguće posljedice akcija i prosvjeda, odnosno rizike, iako je nemoguće sve predvidjeti. Prema Zakonu o javnom okupljanju pod "mirnim okupljanjem i javnim prosvjedom podrazumijeva se svako organizirano okupljanje **više od 20 ljudi**, koje se održava radi javnog izražavanja i promicanja političkih, socijalnih i nacionalnih uvjerenja i ciljeva" i njime se definiraju uvjeti prosvjedovanja. Također je dobro biti upoznat s Pravilnikom o načinu policijskog postupanja, odlukom o komunalnom redu određenog grada, Zakonom o sigurnosti pro-

meta na cestama i Kaznenim zakonom.

Akcije mogu imati i svoje pravne posljedice, od kojih su najteže kaznene prijave (npr. uništavanje imovine, kleveta, uvreda) jer su složeni postupci i potencijalno visoke kazne, stoga se Zelena akcija uvijek trudi izbjeći takve situacije. Relativno su česte prekršajne prijave, primjerice za remećenje javnog reda i mira, a treba voditi računa o tome da prijavu mogu dobiti i aktivisti, ali i sama udruga kao odgovorna pravna osoba. Aktivisti Zelene akcije bili su kažnjeni u nekoliko prilika manjim iznosima, a vrlo je ozbiljan slučaj bilo i uhićenje 150 ljudi tijekom prosvjeda u Varšavskoj te daljnji prekršajni postupak prema istima. Jedna od najozbiljnijih situacija bila je i prekršajna prijava Ministarstva zaštite okoliše protiv Zelene akcije u slučaju performansa "boje i lakovi", s potencijalnom kaznom od 700.000 kn za Zelenu akciju i 100.000 za predsjednika Zelene akcije, koja je odbačena u sudskom procesu.

Tijekom performansa koji je imao cilj skrenuti pozornost na to da reklažna dvorišta ne primaju otpad građana od boja i lakova, a koji se po zakonu mora zbrinjavati na poseban način aktivisti Zelene akcije su od kantica oblikovali upitnik ispred zgrade MZOPU, nakon čega je MZOPU pokrenuo postupak protiv ZA zbog "odlaganja opasnog otpada u okoliš". Takvi slučajevi, kada neko državno tijelo ili tvrtka tuže aktiviste ili udruge za zaštitu okoliša se nazivaju *Strategic litigation* (strateški postupci koji se vode sa svrhom zastrašivanja). To je kršenje Arhuške konvencije čiji članak 3. stavak 8. glasi: "Svaka stranka dužna je osigurati da osobe koje ostvaruju svoja prava sukladno odredbama Konvencije ne budu ni na koji način kažnjene, gonjene ili uznemiravane zbog svoje djelatnosti", a direktne akcije koje rade ekološke udruge kako bi skrenule pažnju javnosti na ekološke probleme su način ostvarivanja prava predviđenih Arhuškom konvencijom.



PRIRUČNIK
NA
EKOAKTIVIZAM
M





AKCIJE JAVNOG ZAGOVARANJA

Akcije javnog zagovaranja su dio kampanja, ali mogu se održavati i samostalno. Provođe se da bi se direktnom komunikacijom s građanima (ili nekom užom ciljanom skupinom) ili putem medija razvilo, učvrstilo ili promijenilo mišljenje javnosti o nekoj temi i na taj se način potaknulo institucije ili tvrtke da mijenjaju neku politiku ili praksu. Građani trebaju znati da njihovo mišljenje uvijek može imati nekakav utjecaj na institucije i tvrtke, jer ih one doživljavaju ili kao potencijalne birače ili kao kupce. Jedan od razloga zašto si institucije i tvrtke dopuštaju puno slobode nauštrb građana je upravo to da se malo tko buni, a njihovi proizvodi i usluge se nesmetano prodaju.

Akcije javnog zagovaranja su akcije stavljanja pritiska direktno na instituciju ili tvrtku koja ima ovlasti stvari promijeniti nabolje u smjeru u kojem mi to želimo. Kao građanske inicijative i predstavnici javnosti, mi ih akcijom potičemo na to.

Akcije javnog zagovaranja dijelimo na akcije (performanse) i masovne prosvjede. Razlika je osim u veličini, tj. broju okupljenih ljudi, i u načinu pripreme akcije. U Hrvatskoj, kao i u većini zemalja s demokratskim stavom, ovakve su akcije i prosvjedi sasvim legalni, iako postoji procedura za npr. prijavljivanje policiji prosvjeda iznad 20 ljudi. U Hrvatskoj je to regulirano Zakonom o javnom okupljanju.

Osim direktnih akcija postoje i akcije tzv. građanskog neposluha, kad se akcijom krši neki zakon ili propis, ali se akcija temelji na moralnim principima i principu nenasilnog djelovanja. Radi se o tome da, ako smatramo da je neki zakon besmislen ili toliko loš da čini više štete nego koristi, imamo moralno pravo, pa čak i obavezu, takav zakon ili propis bojkotirati odnosno kršiti. Pojam građanskog neposluha uveo je Henry David Thoreau, američki filozof, a pokazala se kao uspješna metoda mijenjanja neprihvatljivih situacija u društvu, kod npr. aktivističkog djelovanja za ukidanje ropstva, rasne sergragacije ili aparthejda, da spomenemo samo neke. U nekim društvima i dan-danas je zabranjeno protestirati pa je onda svaka akcija akcija građanskog neposluha. Primjeri akcija građanskog neposluha su blokade, nepozvano ulaženje na privatni posjed, organizirano neplaćanje računa ili poreza iz protesta itd, ali u slučaju Hrvatske i održavanje akcija i prosvjeda na mjestima gdje je to zabranjeno.



PLANIRANJE I IZVEDBA AKCIJA

Za uspjeh akcije bitno je da se ona dobro isplanira i pripremi. Naravno, pri analizi problema prvo se ispita mogućnost djelovanja i na druge načine, pa možda za rješenje nekog problema uopće ne moramo raditi akciju.

Prilikom osmišljavanja akcije treba se odgovoriti na sljedeća pitanja:

- **Koja je svrha akcije** i što se njome želi postići? To će pomoći odgovoriti što, kada i kako se radi.
- **Kada i kojim povodom?** Treba se voditi planom i rasporedom događanja unutar institucija (npr. zasjedanje skupštine, suđenje) kako bi se na njih stavio pritisak da djeluju ODMAH te situacijama koje uvećavaju vjerojatnost da će mediji akciju popratiti (osim kao već navedeno, npr. godišnjice, dani obilježavanja određene tematike i sl.)
- **Gdje će se akcija izvesti?** Ovisi je li akcija za medije ili za građane, želi li akcija direktno utjecati na neku instituciju – u tom slučaju najbolje je raditi je na samoj lokaciji institucije itd.
- **Što se točno želi napraviti?**
- **Kako će se to napraviti?** Ovo je veći dio planiranja. Ono što će se na kraju izvesti ovisi o puno faktora osim naših želja – kao npr. kolikim budžetom i s koliko ljudi raspoložemo. U stvarnosti će faktori izvedivosti i praktičnosti često modificirati odluke o tome "što" se radi.

Tema akcije se mora iskomunicirati (dakle i medijima i građanima) kroz

poruku oko koje bi se svi uključeni u planiranje akcije trebali složiti. Da bi komunikacija bila što uspješnija, najbolje se držati jedne poruke koja mora biti jezgrovita i jasna. Tek onda se ide planirati akciju oko odabrane poruke, a ne obrnuto. (U nekim slučajevima se možda poruka može prilagoditi dobroj ideji za akciju).

Nakon što smo se dogovorili oko poruke, trebamo predložiti neke ideje oko same akcije. Čak i ako već imamo ideju koja se čini dovoljno dobra, najbolje je napraviti mozganje (brainstorming), pa iz većeg broja ideja odabrati najbolju ili napraviti neku kombinaciju više ideja. Akcija, osim što mora biti jasna, mora biti i kreativna da bi zaokupila pažnju građana, a naročito medija, koji ne objavljuju ništa što im nije zanimljivo ili je već viđeno. Mogu se ponavljati akcije utemeljene na sličnoj poruci (u tome je i smisao razrađene kampanje, ali same akcije moraju svaki put biti iznova zanimljive).

Bit ćemo uspješniji ako ne komentiramo i ne razrađujemo ideje jednu po jednu kako nam padaju na pamet, jer to zaustavlja kreativni proces, nego da to radimo tek na kraju kad ih skupimo više (broj će ovisiti o raspoloženoj, a i o tome kakva je tema – neke teme se daju bolje vizualno obraditi od drugih, neke su bolja inspiracija itd.). Mozganje ne funkcionira na brzinu. Istraživanja pokazuju da se najbolje ideje počnu generirati tek nakon 10-15 minuta, pa čak i ako se na početku čini obeshrabrujuće, treba nastaviti dok se dosta ne "zagrijemo". Onda nastaviti dok god ideje stižu.

Neki su ljudi kreativniji dok rade sami na listi ideja nego u grupi, ali se pokazalo da su grupe puno bolje od pojedinaca u povezivanju i kombiniranju već postojećih ideja. Stoga se preporučuje da ljudi pojedinačno probaju nešto smisliti prije samog sastanka, pa da se onda zajedno vidi što bi najbolje funkcioniralo – možda se povezivanjem dobije nešto sasvim novo i bolje.

Treba zapisati apsolutno sve ideje koje nam dolaze, bez obzira na to koliko se čine lude ili neizvedive. Nakon što nam više ne pada na pamet ništa novo ili se dogovorimo da ih je dosta, krećemo s evaluacijom. Redom, za svaku ideju treba iskomunicirati prenosi li dobro poruku, je li izvediva na željenoj lokaciji, s brojem ljudi i budžetom kojim raspoložemo, može li se pripremiti u vremenskom roku i sl. Obično se u tom procesu odustane od većine, a na kraju se odabere najbolja ideja od onih oko kojih se slažemo da su izvedive. Ako ima više dobrih, neke se mogu iskoristiti u drugim prilikama (kampanja će vjerojatno potrajati). Ako ih nema dovoljno, može se zamoliti i neke ljude sa strane za pomoć, a mogu se i iskombinirati najbolji dijelovi od više pojedinačnih ideja.

Kad je dogovoreno što se točno radi (a treba dogovoriti i gdje i kad), kre-

će se sa stvarnim poslom oko organizacije. Organizaciju akcije najbolje je podijeliti na manje korake i dogovoriti se tko je zadužen za što i koji je rok za koji dio pripreme. Isto tako, pobrojiti sve što za akciju treba te kako to nabaviti i koliko košta.

TIJEK PRIPREME AKCIJE

Najbolje je pojasniti kako bi sve to trebalo funkcionirati na nekoliko primjera.



Primjer 1

Recimo da je dogovor **izvjesiti transparent s porukom s neke značajne zgrade**. Zvuči vrlo jednostavno. No je li izvedivo? Što ako se u ili na zgradu na dan akcije ne može ući? Ili se nema odakle ili čime izvjesiti transparent? Ili je transparent prevelik za lokaciju ili toliko malen da se ne može dobro vidjeti izvana? Nikad ne možemo predvidjeti apsolutno sve, ali ima puno stvari koje možemo.

Za početak netko treba diskretno otići u izvidnicu, pogledati kako ući na lokaciju i koliko ljudi se realno može dovesti bez većih problema. Pogledati na što će se transparent eventualno moći objesiti. Dobro je lokaciju snimiti te izmjeriti sve što treba izmjeriti. To je prvi korak, prije nego se rade rekviziti, a na temelju kojeg se nekad mora odustati od akcije. Besmisleno je pripremiti fenomenalan transparent koji se nema gdje postaviti ili se

ima gdje postaviti, ali je premalen da se pročita ili je prevelik jer nismo sve dobro izmjerili... čini se očito, ali takve greške se ipak događaju.

Aktivisti se informiraju o detaljima akcije na sastanku. Rasprave se detalji - kakav transparent, koliko velik, gdje će se postaviti, čime ga treba pričvrstiti i sl. Važno je isplanirati logistiku akcije, tko je za što odgovoran, kako se dolazi na akciju (npr. ako je potrebno posebno prijevozno sredstvo kao kombi, gdje ga posuditi i tko vozi - provjeriti je li ta osoba u to vrijeme slobodna). Ako postoje zakonske obaveze da se akcija prijavi, prema npr. Zakonu o javnom okupljanju, onda treba odrediti tko će to napraviti. U Hrvatskoj se za sva javna okupljanja s više od 20 osoba treba dobiti dozvola policije i treba se odrediti tko će biti odgovorna osoba, a često i tko će biti redari.

Odgovorna osoba za javno okupljanje prema policiji obično nije osoba - koordinator(ica) akcije. Zadatak koordinatora je da se stvari odvijaju po planu u pripremi i u provedbi akcije te da se poštuju rokovi.

Ako želimo da mediji budu prisutni na akciji, što je uglavnom najčešće slučaj, trebamo ih pozvati i pripremiti. Poziv za medije se šalje obično dan ili dva prije akcije, a to treba koordinirati osoba za medije. Ponekad želimo dovesti i neke "goste" koji bi o temi nešto mogli i htjeli reći medijima (npr. stručnjaci ili ugroženi građani), netko s njima treba unaprijed dogovoriti jesu li voljni i mogu li, a to može biti ili osoba za medije ili koordinator akcije, koji onda s njima dogovaraju izjave.

Također treba unaprijed odrediti fotografa i/ili snimatelja akcije. Bitno je imati vlastiti video i fotozapis za arhivu, web stranicu, publikacije, a ponekad dobro dođe da se materijal ustupi i medijima. Dobro je i dovesti neovisnog novinara-aktivista koji će stvari prikazati iz naše perspektive i eventualno prisutnim osobama koje predstavljaju instanciju kojoj je akcija upućena postaviti škakljiva pitanja koja mainstream mediji neće.

Što se materijala tiče, napravimo popis što nam treba, koliko čega i kojih dimenzija. Često nije nužno odmah kupovati sve novo jer neki materijali već postoje - vidjeti što ima u skladištu, tko ima doma nešto što se da iskoristiti, a tek onda ići u kupovinu.

Trebamo popisati sve što je potrebno, a nije besplatno, pa vidjeti je li u okviru budžeta kojim raspolažemo. Ako nije, ili ćemo prikupiti više sredstava ili prilagoditi opseg akcije mogućnostima. Nekad se vrlo efektne akcije mogu izvesti potpuno besplatno, a vrlo skupe nisu nužno automatski bolje. Ovisno o veličini, za pripremu transparenta obično treba više ljudi. Svakako moramo planirati vrijeme za sušenje boje (najbolje je završiti barem jedan dan prije akcije).

Ako je potrebno, akciju treba uvježbati – npr. dolazak na lokaciju, postavljanje transparenta, da se sve može odraditi brzo i efikasno. Za slučaj da nešto ne funkcionira po planu, dobro je unaprijed smisliti plan B da akcija ne propadne. Fleksibilnost je jedan od najbitnijih elemenata za uspjeh akcije. Za slučaj da će nešto trebati mijenjati "u hodu" zbog neočekivanih obrata situacije, ključna je koordinirana komunikacija svih odgovornih.

Prije same akcije (recimo dan prije), moramo podsjetiti ljude osobno i zapisati tko točno dolazi. Napisati priopćenje za medije koje se može naknadno prepraviti za slučaj da se dogodi nešto nepredviđeno. Kratki sastanak se održava neposredno prije akcije, radi se zadnje uvježbavanje i podjela uloga, ako one već nisu dogovorene (npr. tko drži transparent, tko slika, tko priča sa zaštitarima itd.). Na samoj akciji dobro je napraviti popis svih prisutnih medija, za slučaj da nešto treba naknadno iskomunicirati i za buduće kontakte. Podijeliti svim medijima priopćenje na temelju kojeg će izvještavati o akciji. Nakon akcije sve treba počistiti i dovesti u prvobitno stanje – u protivnom mogu slijediti komunalne kazne i loša slika o nama u javnosti.

Evaluacijski sastanak nakon akcije ne mora se održati odmah nakon akcije, ali je poželjno da se rekapitulira što je dobro funkcioniralo, što nije, a što se može napraviti bolje drugi put u sličnoj situaciji. Bitno je da svi imaju riječ u evaluaciji, baš kao i u pripremi akcije.

Osoba zadužena za medije trebala bi biti dostupna tijekom cijelog dana za slučaj da nekome trebaju dodatne informacije ili ako treba riješiti neki problem (npr. ako im ne radi snimka, da im pošaljemo svoju i sl.)

Odmah treba objaviti vijest o akciji na svom webu uz priopćenje te poslati priopćenje medijima koji nisu bili na akciji. Tek onda je akcija stvarno odrađena.

Primjer 2

U okviru akcije je planiran **performans, potpisivanje peticije te dijeljenje letaka građanima.**

Situacija je kompleksnija nego u prethodnom primjeru, ali sve se priprema na sličan način, samo što u ovom slučaju postoji nekoliko posebnih priprema za koje mogu biti zaduženi različiti ljudi i koje se mogu odvijati paralelno. Kad odlučujemo sakupljati peticiju, moramo procijeniti je li to doista najbolja metoda. Naime, za skupljanje peticije treba uložiti puno truda i vremena, a ako ne sakupimo dovoljan broj (odnosno značajan postotak stanovništva nekog područja) potpisa, takva akcija može biti kontraproduktivna. Peticiju poslije treba upotrijebiti kao dio kampanje, npr. treba je uručiti nadležnom tijelu vlasti.

Za akciju moramo dobro odabrati lokaciju i vrijeme jer je besmisleno pro-

bati prikupljati potpise ili dijeliti letke na nekom pustom mjestu u doba dana kad nema prolaznika s kojima bismo komunicirali, ma koliko dobro mjesto bilo za transparent. Ako je nemoguće optimalno uskladiti obje stvari, nekad je bolje napraviti dvije akcije jednu za drugom – prvo npr. ispred neke institucije za medije, a onda na drugoj lokaciji za građane. Ili obrnuto. Ako je povorka dovoljno atraktivna, a naročito ako je brojna, mediji nas mogu pratiti i na drugu lokaciju.

Na prvom sastanku treba dogovoriti radne grupe za pripremu različitih dijelova akcije (naravno, neki ljudi mogu biti u više grupa ako to žele). U prvom primjeru radne grupe nisu bile posebno spominjane jer su bile očite – jedna za premjeravanje lokacije, druga za izradu transparenta, treća za medije. Sad treba dodati još jednu za letak i peticiju te jednu za performans. Moramo dogovoriti rok za zgotovljavanje letka i performansa, kao i za transparent te se usuglasiti oko zajedničkog sastanka prije same akcije.

Radna grupa za performans treba dogovoriti što se točno izvodi, s koliko ljudi i koji rekviziti su potrebni. To obuhvaća dogovor kako nabaviti ili napraviti rekvizite, radionicu pripreme rekvizita i uvježbavanje performansa.

Radna grupa za letak i peticiju određuje što točno letak treba sadržavati. To su obično iste informacije i poruke koje će se prenijeti medijima, plus poziv da ljudi sami nešto naprave – npr. da potpišu peticiju. Najbolje je da jedna osoba piše letak (tekst ne bi smio biti predugačak), zatim da ga cijela grupa prokomentira, pa usvoji finalnu verziju. Ako je potrebno i za to ima mogućnosti, letak bi zatim trebalo dizajnirati, a onda tiskati. Najjednostavnije varijante se mogu pripremiti fotokopirnim strojem.

Kod peticija, međutim, moramo biti vrlo oprezni. Naime, ako ne sakupimo dovoljan broj potpisa, onda peticija nema smisla, odnosno propala je. Peticije obično zahtijevaju jako puno angažmana i pripreme te volonterskog rada. Stoga se sakupljaju samo u sklopu većih kampanja kad procijenimo da možemo prikupiti relevantan broj potpisa. Peticija može biti elektronička ili "papirnata". U oba slučaja moramo pripremiti logistiku – tablice za upisivanje osobnih podataka ili laptop s bežičnim pristupom na internet te aktiviste koji će asistirati zainteresiranim građanima. Također, ako je potrebno, moramo unaprijed organizirati štand.



MASOVNI PROSVJED

Ako nemamo mogućnost masovnog oglašavanja u medijima, veliki prosvjedi najbolje funkcioniraju kao dio aktivnosti u sklopu neke kampanje s kojom je javnost relativno dobro upoznata i s porukama o kojima je javnost već senzibilizirana i s kojima se ljudi mogu poistovjetiti. Npr. malo je vjerojatno da će se skupiti puno ljudi da prosvjeduje protiv nekog opskurnog novog zakona – u tom slučaju je bolje pokrenuti kampanju koja osim tih zahtjeva uključuje informiranje građana o toj temi, pa onda masovni prosvjed dolazi u zreloj fazi kampanje nakon niza manjih akcija. Ali, ako su građani već dovoljno informirani (a to se može zaključiti i po tematiziranju problema u medijima i po reakcijama samih građana na naše aktivnosti), a naročito ako su dovoljno ljuti, dobro osmišljeni masovni prosvjedi su najefikasniji način da se mobilizira javnost.

Osmišljavanje poruke prosvjeda, logistike i rekvizita te dogovor oko lokacije prosvjeda funkcionira po istom principu kao za neku manju akciju. Lokacija prosvjeda mora biti dobro odabrana s obzirom na broj ljudi koji očekujemo, a bolje je da prostor bude malo tijesan nego prevelik.

Prosvjed je javno okupljanje većeg broja građana i u većini zemalja ga treba unaprijed prijaviti policiji. Osoba koja prijavljuje prosvjed zadužena je za komunikaciju između policije i prosvjednika za vrijeme samog prosvjeda. Prema očekivanom broju ljudi na prosvjedu, potrebno je i odabrati određeni broj redara koji će za vrijeme prosvjeda nositi jasne oznake i čija zadaća je da prosvjed ostane miran i da policiji prijavljuju eventualne izgrede. Redari se moraju prijaviti policiji imenom i prezimenom.

Ako želimo da na prosvjed dođe što veći broj građana (a želimo), prosvjed treba oglasiti. Oglašavanje u novinama, na radiju ili billboardima je prilično skupo, a na televiziji čak i nedostižno skupo, pa ako nema sredstava, treba pribjeći malo kreativnijim metodama uz pomoć volontera. Najjednostavnije je koristiti mailing liste i društvene medije, poput Facebooka, ali, ovisno o ciljnoj skupini, to neće uvijek biti dovoljno. Osim toga, jedna mogućnost je masovno dijeljenje letaka (uz razgovor je efikasnije, iako zahtijeva nešto više vremena) i lijepljenje plakata na mjestima gdje je to dozvoljeno bez naknade (fakulteti, knjižnice, klubovi i sl.). Odabirom lokacija na kojima ostavljamo plakate i dijelimo letke možemo na prosvjed pozivati našu ciljanu skupinu – npr. studente ili umirovljenike. Još je bolje napraviti tematski vezanu atraktivnu akciju za medije s manje ljudi nekoliko dana prije, pa onda tom prilikom putem medija pozvati ljude na masovni prosvjed. Ako ima vremena i ljudi, najbolje je iskoristiti više metoda paralelno.

ELEMENTI USPJEŠNOG PROSVJEDA

Za prosvjed možemo koristiti rekvizite za stvaranje zvuka ili zvučnu podlogu koja će prosvjed učiniti što vidljivijim i što zanimljivijim. To mogu biti transparenti (što veći i što raznovrsniji na istu temu, to bolje), kostimi, maske ili bilo što drugo što će jasno prenositi istu poruku.

Obično nije dovoljno samo okupiti velik broj ljudi. Ako se ništa ne događa, mnogi će ostati kratko i neće doći sljedeći put. Govori i koncerti su uobičajena opcija, ali i prilično skupa ako se plaća bina i razglas, a obično se za tako nešto treba dobiti i posebna dozvola od gradskih službi. Dobra ideja je da se ljudima da mogućnost da, dok su na prosvjedu, nešto rade – to može biti povorka, držanje rekvizita i transparentata, pravljenje buke raznoraznim pomagalicama, potpisivanje peticije, paljenje svijeća, čak i pjevanje. Bitno je da ljudi nekako sudjeluju. Trebamo pripremiti megafone (a još bolje bubnjare) za usmjeravanje gomile.

Moramo biti spremni na miran način neutralizirati neželjene poruke ili antiprosvjednike. Redari mogu direktno komunicirati s ljudima, a npr. antiprosvjednike (tj. one koji se ne slažu s našom porukom i žele medijima prenijeti svoju) može se ograditi od medija ogromnim transparentom.

Naglašavati da je prosvjed mirne prirode i da se protivimo svakom nasilju i pozivanju na nasilje. Zato je izuzetno važno imati što veći broj aktivista raspršenih u gomili koji mogu direktno i svojim primjerom komunicirati nenasilje. U slučaju da do neželjenih izgreda ipak dođe i ne možemo ih zaustaviti, prijaviti ih policiji i jasno se od njih ograditi.



PROCEDURE JAVNIH OKUPLJANJA

U raznim zemljama javna okupljanja građana, akcije i prosvjedi su zakonski regulirani na neki način, a te odredbe moramo unaprijed provjeriti. U Hrvatskoj, prema Zakonu o javnom okupljanju, dozvoljeno je okupiti do 19 ljudi bez prethodne prijave policiji. Ako očekujemo ili nam je bitan veći broj ljudi, javno okupljanje se mora unaprijed prijaviti policiji. To kao službeni organizator okupljanja prijavljuje jedna osoba pet dana unaprijed i obično nema nikakvih problema. Osoba može takav prosvjed, odnosno okupljanje prijaviti u svoje osobno ime i/ili u ime organizacije. Za prosvjede treba prijaviti i određeni broj redara, a broj obično odredi policija prema predviđenom broju ljudi koji će se okupiti i njihovoj procjeni rizika.

Za korištenje štanda, većih rekvizita koji se postavljaju na pod ili razglase treba unaprijed (barem tjedan dana) tražiti dozvolu od gradskih vlasti, za što se može tražiti plaćanje naknade za korištenje javnog prostora, a dozvola može biti i uskraćena za lokaciju koju želimo. Ta procedura se može zaobići ako koristimo samo rekvizite koji se mogu držati u rukama – ako nam službena osoba prigovori da smo nešto postavili na pločnik bez dozvole, jednostavno to podignemo. Svakako je dobro proučiti komunalne propise grada u kojem organiziramo okupljanje jer propisi mogu varirati od zemlje do zemlje i od grada do grada.

Izuzetno je bitno da su različite osobe odgovorne za komunikaciju s medijima, izvođenje akcije – komunikaciju s aktivistima te za komunikaciju s organima reda. U suprotnom, može se dogoditi da npr. policija ometa izvođenje akcije ili nas onemogućava da prenesemo jasnu poruku medijima.

Svi na akciju trebaju sa sobom ponijeti osobnu iskaznicu. Obično nas nitko neće legitimirati, ali ako do toga dođe, policija ima pravo automatski privesti svakoga bez odgovarajuće identifikacijske isprave, a to bi moglo ometati akciju, dati medijima krivu sliku o akciji te odbiti ljude da sudjeluju u budućnosti.

Ako je potrebno pregovarati s policijom, zaštitarima ili komunalnim redarima, to treba izvoditi mirno i pristojno. Psovanje službene osobe može rezultirati privođenjem i prijavom, a podizanje ruke pri malo življoj gestikulaciji može se tumačiti kao namjera fizičkog napada. Čak i ako nismo imali nikakvu namjeru biti nasilni, fotografija sa strane u nezgodnom trenutku može se iskoristiti kao dokaz protiv nas. To sve treba jasno i unaprijed iskomunicirati sa svim aktivistima.

Osim ako je nešto trebalo pripremiti unaprijed, na lokaciju se u grupi dolazi točno u najavljeno vrijeme. Kašnjenje bi značilo da će možda neki od medija otići, a drugi neće doći sljedeći put jer nismo pouzdani. To je samo po sebi razumljivo, međutim nije dobro doći niti znatno ranije. Ako se akcija izvodi za medije, a svi mediji još nisu stigli, onda nema nikakvog smisla da čekamo ili počinjemo s performansom prije nego su svi stigli, pa onda nekoliko puta dajemo izjave jednom po jednom. Ponekad možemo poslati osobu za medije malo ranije na samo mjesto da dočeka novinare.

Transparenti su jako bitan dio akcija i trebalo bi ih pripremiti čak i ako se planira istovremeno događanje nekoliko drugih stvari. Naime, transparent je prva i najjednostavnija stvar (nekad i jedina) koju će vizualni mediji prikazati, a jasna poruka na uočljivoj podlozi nas osigurava od mogućeg krivog ili izvrnutog tumačenja naših izjava. Vrlo lako je izvan konteksta izrezati jednu rečenicu iz izjave koja je trajala pet minuta i poslati javnosti krivu poruku. To se nekad događa slučajno, a ako su nam mediji neskloni, i namjerno.

Dobro je akciju prilagoditi vremenskoj prognozi (npr. ne koristiti puno papirnatih rekvizita ako će padati kiša), ali ako su mediji pozvani, akciju bi trebalo odraditi bez obzira na vremenske uvjete. Kabanice, kape ili kreme za sunčanje bi trebale barem malo pomoći. Ako akcija traje duže od pola sata, a velike su vrućine, dobro je sa sobom ponijeti bocu s vodom. Uglavnom, ljudi bi se trebali pripremiti u skladu s prirodom akcije. Poni-

jeti prikladnu odjeću, vodu, itd. i zadovoljiti fiziološke potrebe (WC, hrana) prije akcije.

Brljanje i smijuljenje za vrijeme akcije, kolikogod bilo teško izbjeći (naravno ako akcija uključuje nekakav duhovit performans), trebalo bi svesti na minimum. Naše poruke su obično ozbiljne i naše ponašanje za vrijeme akcije bi trebalo davati dojam koji je s tim u skladu.



KAKO IZRADITI TRANSPARENT?

Prvi korak je mozganje (*brainstorming*) za slogan koji bi trebao pisati na transparentu. Trebao bi biti kratak (nekoliko riječi ili eventualno jedna rečenica) i jasno sadržavati poruku akcije. Dobro funkcioniraju neki šokantni podaci ili duhovitost, ali nije uvjet. Nakon toga treba odabrati najbolju od nabacanih ideja, eventualno malo izmijeniti da poruka bude što jasnija i da se ne može pogrešno shvatiti. Slogan moramo dizajnirati, odnosno odabrati boju i font, a ponekad i ukomponirati s nekom slikom. Može-



mo "iskoristiti" aktiviste koji se bave grafičkim dizajnom! Odlučujemo na kakvom materijalu se transparent radi (karton ili platno) te kojom tehnikom. Profesionalno tiskanje je obično najskuplje, a ne nužno najbrže. Preporučljivo je koristiti tu opciju samo ako je dizajn kompliciran, u više boja, te na relativno maloj površini, npr. za grafičke prikaze ili dijagrame. Najbrža opcija je ispisati poruku sprejem. Tu je potrebna vješta ruka, a rezultat nije naročito vizualno atraktivan, ali može poslužiti. To je najbolje obaviti na otvorenom ili u dobro provjetrenom prostoru, a pomaže i maska preko nosa i usta.

Za velike transparente često je najbolje koristiti platno i bojiti ga ručno – kistom ili valjkom, ovisno o veličini. To se radi ovako:

- Nabavimo platno, kistove i boju. Ovisno o željenoj veličini transparenta, možda treba sašiti nekoliko komada platna zajedno. Bitno je sve dobro izmjeriti!
- Odaberemo font i veličinu slova i napišemo tekst u nekom programu na kompjutoru.
- Pomoću projektora projiciramo slova na zid i namjestimo veličinu slova kakva će biti na transparentu. Tekst možemo i isprintati na prozirnu foliju i projicirati na zid grafoskopom.
- Na zid objesimo ili zalijepimo platno tako da se na njemu slova jasno vide.
- Markerom ili mekanom grafitnom olovkom ocrtamo obrise slova.
- Skinemo platno sa zida i položimo ga ravno na pod, najbolje na neku plastičnu ili kartonsku podlogu kroz koju neće probiti boja.
- Slova bojimo tako da se sredina slova ispuni širim kistom ili manjim valjkom, a rubove dovršavamo tanjim kistom.
- Po završetku transparent ostavimo da se boja osuši, najbolje preko noći.
- Na kraju obavljamo završne radove, npr. možda treba negdje skratiti platno.

Moramo i osmisliti način na koji će se transparent držati na lokaciji. Najjednostavnije je da ga drže ljudi, ali ako je posebno velik, treba pripaziti da ostane ravan – poruka se mora moći jasno pročitati. Nekad pomaže objesiti ga na neku motku po dužini (npr. bambus je dovoljno lagan za pridržavanje). Ako želimo transparent držati visoko (što nije nužno za neku malu akciju za medije, ali je dosta bitno npr. za bolju vidljivost na velikom prosvjedu), sa strane i eventualno u sredini pričvrstiti dugačke motke na kojima će se transparent nositi. Ako transparent treba objesiti na neku građevinu ili drugu konstrukciju, možda treba probušiti nekakve rupe (i staviti alke), moramo ponijeti kuke i dovoljno špage. U svakom slučaju o tome treba misliti unaprijed i sve što se može isprobati unaprijed, a ne tek kad se stigne na akciju, ali ponijeti i rezervne alate za eventualni plan B

ako prvobitni ne funkcionira.

AKTIVISTI

Svaka građanska inicijativa duguje uspjeh svojim ljudima i to velikom većinom volonterima. Aktivista ne mora biti puno, bitniji su entuzijazam i predanost, ali to ne dolazi samo od sebe...



KAKO MOBILIZIRATI AKTIVISTE?

Osobni kontakti

Mnogim ljudima je nelagodno priključiti se nekoj grupi u kojoj nikog ne poznaju osobno, pa treba krenuti od onih koje poznajemo. Vrlo jednostavno, pozvati ih i pitati za pomoć.

Oglasi, letci, info-punktovi i štandovi

Ovo funkcionira puno slabije, jer su ljudi sumnjičavi kad ih netko vrbuje "na hladno", a potrebno je uložiti i vremena i materijalnih sredstava. Ponekad se može iskoristiti neformalna atmosfera na festivalima ili drugim događanjima na kojima cirkulira ciljana skupina ljudi ili popričati s ljudima o mogućnostima aktiviranja kad već sami zatraže neke informacije.

Društveni mediji

Jednostavan način da se veći broj ljudi informira o tome što radimo, ali njihova povezanost uz inicijativu će biti uglavnom relativno labava. Nerijetko je manje od 3-5% naših simpatizera stvarno aktivno, ali dobro je održavati kontakt i s drugima, za slučajeve kad trebamo povremenu podršku, kao za prosvjede.

Internetska stranica udruge

Oglasiti sastanke i naglasiti da su novi aktivisti dobrodošli. Treba se malo i "izreklamirati" prošlim akcijama. Akcije su vizualno atraktivne, možda ljude baš to motivira da se priključe.

Edukacijski programi

To su npr. predavanja, radionice. To ne mora biti striktno edukacija o aktivizmu, već o nekoj konkretnoj temi, ali kad ljudi već dođu radi nečeg drugog, možemo iskoristiti priliku i pozvati ih da se aktiviraju.

KAKO MOTIVIRATI I ZADRŽATI AKTIVISTE

Većina ljudi se na početku uključi u inicijativu iz znatiželje, a entuzijazam je potrebno u njima probuditi i održati, tako da se mogu osjećati dijelom nečeg velikog i vrijednog. Da bi ostali aktivni duže vrijeme, ljude treba inspirirati, a i ponuditi nešto što im može biti od koristi.

Nema smisla ulagati energiju u mobilizaciju aktivista ako ne znamo što s njima raditi. Ljudi će se angažirati samo ako se osjećaju korisnima i ako im je to zanimljivo. Dakle prvo i osnovno, osmisliti koja je zadaća i kakve će otprilike biti aktivnosti nove grupe.

Ljudi moraju osjećati da drugi surađuju s njima i podržavaju ih, da su dobrodošli, da ih se poštuje i da su vrijedan dio kolektiva te da se stalno ukazuju prilike da mogu naučiti nešto novo i korisno (to je naročito bitno u slučaju kad su aktivisti volonteri, a u organizaciji postoje suradnici na plaći ili honoraru). Dobro je ponuditi i organizirati kratke seminare i radionice na teme koje ljude zanimaju, a tu svi mogu pridonijeti.

Treba iskoristiti ono što ljudi najbolje znaju raditi i što ih najviše zanima. Uvijek je dobro pitati što ljudi žele, ali nažalost mnogi neće dati otvoreni odgovor ili možda ni sami ne znaju što bi, pa im treba ponuditi nekoliko opcija. Unutar tima trebamo uključiti ljude s različitim i komplementarnim vještinama te im dati priliku da usavrše nešto što će moći i šire pri-

mjeniti, ne samo u okviru aktivizma.

Treba omogućiti individualni pristup. Neki ljudi imaju vremena i mogućnosti i žele biti aktivniji, a neki manje aktivni.

Dobro je organizirati i neformalna druženja, npr. tulumе i izlete, ali naglasak bi ipak trebao biti na aktivizmu. Volonterima treba redovno nuditi informacije o događanjima, seminarima, konferencijama itd., o novim problemima te o aktualnostima iz planiranja kampanja i reakcijama izvana.



KOORDINACIJA GRUPE

Bez obzira na ukupan broj aktivista (u nekim slučajevima to je 5, a u nekim 500), trebamo imati aktualnu listu svih kontakata/bazu podataka (e-mail, broj telefona). Za veće grupe efikasan način komunikacije su mailing-liste – jedna za sve ili nekoliko lista, posebno za svaku podgrupu (po temama ili razini angažmana).

Iako svi trebaju biti uključeni, grupa se neće sama od sebe organizirati. Koordinator za informiranje i organizaciju radnih grupa te grupa za akcije može biti jedna osoba iz grupe, ili se ljudi mogu podijeliti (npr. po te-

matskim akcijama) ili izmjenjivati. Koordinatori bi trebali biti ljudi koji sa svima dobro komuniciraju, ali koji znaju i delegirati.

Za učinkovitost sastanaka potreban je moderator. To može biti npr. koordinator grupe ili bilo tko iz grupe koji ima moderatorska znanja i vještine. Sastanak bi trebao slijediti unaprijed dogovoreni dnevni red, a uglavnom to uključuje razne točke informiranja i odlučivanja. Prema dogovoru, može se voditi i zapisnik koji poslije mora biti dostupan svima, uključujući i one koji nisu mogli prisustvovati sastanku.

Svakoj akciji prethodi više podaktivnosti i koraka, za koje bi se ljudi trebali dobrovoljno javiti – to se može dogovoriti na sastanku, a dodatne ljude kontaktirati e-mailom ili telefonom. Ako nema dovoljno dobrovoljaca, možda bi se trebalo odlučiti za neku drugu, jednostavniju akciju ili za drugi rok.

Nakon raspodjele odgovornosti i zadataka, treba se odlučiti da rok bude dovoljno rano da, ako se sve ne napravi, možemo preraspodijeliti zadatke i obaveze. Komunikacija unutar grupe je jako bitna, pa tako čim netko ustanovi da ne može obaviti ono što je preuzeo na sebe, o tome mora obavijestiti koordinatora koji bi onda trebao pronaći rješenje.

Koordinator bi se trebao pobrinuti i za organizaciju logistike koja će omogućiti aktivistima da izvedu ono što je dogovoreno (npr. da bude dovoljno boje za transparent, da je u dogovoreno vrijeme slobodan prostor i da imamo ključ itd.)



PARTICIPATIVNO ODLUČIVANJE I TIMSKI RAD

Grupa treba usvojiti određena pravila komunikacije na sastancima. Jedna osoba trebala bi moderirati sastanak, drugi se javljaju za riječ i govore redosljedom kojim su se javili. Bitna je inkluzivnost i svatko treba dobiti dovoljno vremena. Ako ima problema s nekim tko ima naviku drugima upadati u riječ, facilitator bi to trebao pristojno prekinuti.

Odluke se mogu donositi konsenzusom ili glasanjem tj. većinski. Prilikom dogovaranja i planiranja akcije svakako je bolje odlučivati konsenzusom jer to znači da su svi sudionici zadovoljni dogovorenim te se time maksimalno uključuju svi zainteresirani. Međutim, ako se to ne može postići, odluke se mogu donijeti i većinski, ako je to grupi prihvatljivo. Također, na samoj akciji, možda neće biti uvjeta i vremena za odlučivanje u grupi, pa će u tom slučaju odluke donijeti voditelj/ica akcije.

Odlučivanje konsenzusom znači da se odluke ne usvajaju glasanjem nego dogovaranjem dok se ne dođe do prijedloga s kojim se svi mogu složiti.

Učinkovit proces odlučivanja u grupi najčešće funkcionira ovako: prvo izlaganje ideja, zatim diskusija, pa na kraju sinteza rečenog i zaključivanje.

Ako nema dogovora, onda možemo dodati još neke prijedloge koji bi mogli biti prihvatljiviji, pa opet diskusija, sve dok se cijela grupa ne dogovori. Konačna odluka će obično biti kombinacija nekoliko prijedloga.

I kod pripremanja i kod izvođenja akcije, svaka osoba u timu mora podržavati drugu i, uz svu fleksibilnost koja također mora biti prema konsenzusu, mora se ispoštovati dogovor. To ljudima ne bi smio biti problem, jer bi svi koji sudjeluju već trebali biti motivirani oko akcije (to je i sam razlog za sudjelovanje u akciji), a o akcijama se odlučuje konsenzusom u grupi. Nitko ne mora ništa ako to ne želi, ali obično ljudi odluče da žele jer su i sami pridonijeli u odlučivanju.

Prilikom organiziranja raznih akcija ljudi se podijele na različite uloge, ali je jako bitno da sve te grupe komuniciraju i da se mogu međusobno uskladiti. To može funkcionirati i posredno, preko koordinatora akcije.



KOMUNIKACIJA S GRAĐANIMA

Osim preko medija, s javnošću komuniciramo i direktno, kroz tiskane materijale i osobno, i to s dvije različite svrhe – edukacija i javno zagovaranje, odnosno poticanje na aktivizam.

EDUKACIJA

Građane možemo educirati o održivom načinu življenja, o raznim ekološkim temama općenito, o zakonodavstvu i institucijama, o njihovim pravima i mogućnostima za djelovanje te načinu na koji se može djelovati.

Jednostavna opcija koja zahtijeva najmanje pripreme je direktan razgovor s građanima na javnim mjestima koji je dobro popratiti dijeljenjem letaka s više informacija. Štand garantira profesionalniji dojam i bolju uočljivost, ali treba ga unaprijed organizirati (nekad i platiti), opremiti ga raznoraznim materijalima da imamo što na njemu pokazati, a ne obećava veću učinkovitost. Ako želimo štand, najjednostavnija i najpovoljnija mogućnost je da dobijemo dozvolu od komunalnih službi, ali sami donesemo stol ili klupu koji će isto tako poslužiti. Učinkovitost direktne komunikacije s građanima je gotovo isključivo u ljudima koji je obavljaju. Za bolju uočljivost dovoljno je koristiti majice ili nešto drugo što možemo staviti na sebe, a, osim toga, ljudi bez štanda su pokretljiviji i fleksibilniji – ne mo-

ramo čekati da znatiželjnici priđu nama, možemo mi prilaziti njima. Naravno da bi "komunikatori" trebali biti dobro informirani i motivirani, a upravo zato je dobro ulagati u edukaciju aktivista.

Više informacija na strukturiraniji način se može prenijeti predavanjima, okruglim stolovima, seminarima i tribinama za građane. Ako je odaziv dobar, znači da uz isto ulaganje resursa možemo educirati puno više ljudi, ali treba imati na umu da takve događaje treba organizirati i izreklamirati. Ako si već dajemo truda i vremena da okupimo govornike, organiziramo prostor i pripremimo prezentaciju, a naročito ako nas to ponešto i košta, dajmo si još više truda da proširimo informaciju – mailing liste, društveni mediji, plakati na oglasnim pločama i lokalna glasila su neke od mogućnosti.

Dobro je uvijek imati i neke tiskane materijale, bilo za kombinaciju s edukacijom uživo, bilo za distribuiranje na zahtjev neovisno o tome. Primjeri su letci, brošure i knjige. Priprema tiskanih materijala zahtijeva dosta vremena, znanja i u usporedbi veći budžet, ali takvo "zamrznuto" znanje je fleksibilnije i može se širiti kroz dulji vremenski period, jer ne ovisi o jednom konkretnom događanju.

Nije dobro letke i brošure nediskriminativno dijeliti i uvaljivati svima i svakome, naročito one edukativne prirode. Ljudi su zasićeni kojekakvim reklamama, pa i onima puno šarenijima od naših, tako da će 90% ili više toga završiti u smeću, a i dobar dio onoga što ne završi odmah u smeću će ostati nepročitano. Literaturu treba ponuditi ili onima koji su samoinicijativno pokazali interes ili onima koje smo mi proaktivno zainteresirali, kroz razgovor ili organiziranu edukaciju.

Izložbe spadaju u vizualnu edukaciju, jer tako djeluju na ljude, iako njima možemo prenijeti potpuno iste poruke kao i literaturom koju ti isti ljudi ne žele čitati. Ako imamo prostor na raspolaganju, uz neveliko ulaganje se može postići dosta dobar učinak.

Filmovi, spotovi i projekcije. Ako postoje sredstva i znanje, a često je dovoljno imati kameru i program za editiranje, možemo i sami osmisliti i snimiti svoje, ali možemo za edukaciju koristiti i razne već gotove video materijale dostupne na DVD-u i na internetu, od kojih su mnogi besplatni. Najave projekcija treba oglasiti istim putem kao i druga događanja, a može se i na internetu prosljediti link na videozapise koje želimo da ljudi vide.

Internet je prostor koji je neprekidno na raspolaganju, a u usporedbi s tiskovinama i izložbama puno je fleksibilniji i jeftiniji, pa ga moramo što bolje iskoristiti.

Moramo oglasiti sva moguća događanja i ponuditi letke i brošure za ski-

danje, ali napisati i puno drugih općenitijih informacija koje već ionako imamo prikupljene. Mnogi ljudi ne vole ili ne mogu naći vremena dolaziti na predavanja i seminare osobno, ali se žele educirati čitajući materijale na internetu. Također možemo koristiti prednosti društvenih mreža poput Facebooka kako bismo informirali aktiviste i građane, pozvali ih na prosvjed ili uputili da pročitaju najnovije vijesti na našim web stranicama.

Tribine, radionice i sastanci s građanima

Sastanci s građanima su najjednostavniji oblik komunikacije i obično se rade na početku identifikacije nekog problema ili na zamolbu građana. O sastanku građane možemo informirati na razne načine. Na primjer, možemo ih pozvati putem interneta ili oglasnih ploča u manjim mjestima. Međutim, najbolje je, ako se želimo sastati s građanima s nekog određenog područja, da ih pozovemo i usmenom predajom preko jednog ili više pojedinaca koji su najzainteresiraniji za neki problem. Te sastanke možemo obaviti i u nekom prostoru poput škole i/ili vatrogasnog doma kojem pojedino mjesto gravitira. Sastanci služe da se građani informiraju o nekoj temi, da im kažemo kako im možemo pomoći ili da ih motiviramo da se priključe kampanji i/ili akciji koju radimo. Osim sastanaka, možemo organizirati i **javnu tribinu** na kojoj ćemo pozvati nekoliko stručnjaka i/ili aktivista da govore o određenoj problematici. Tribine traju oko dva do tri sata i, za razliku od sastanaka, daju više informacija s različitih aspekata. Tribina nam može služiti osim za informiranje i educiranje građana i za informiranje medija o nekoj temi, a i da iznesemo svoje stavove o nečemu. **Radionice** su, za razliku od tribina, dulje, mogu trajati nekoliko sati do nekoliko dana, a služe da se manji broj sudionika bolje upozna s nekom temom ili metodologijom. Npr. u nekoj kampanji možemo napraviti sljedeće: prvo imamo inicijalni sastanak s građanima u mjestu koje se bori protiv izgradnje spalionice otpada, onda organiziramo tribinu sa stručnjacima o toj temi gdje raspravljamo koje su alternative zbrinjavanja otpada i slično, da bismo na kraju organizirali radionicu na kojoj građani uče o smanjivanju, razdvajanju i recikliranju otpada.



POTICANJE GRAĐANA NA AKCIJU

Građane je bitno ne samo educirati nego ih potaknuti da nešto sami na- prave – bilo da počnu živjeti na ekološki osvješteniji način promjenom ži- votnog stila (npr. u svakodnevnom životu reciklirati otpad i koristiti šted- ne žarulje, voziti bicikl umjesto automobila i kupovati lokalno uzgojenu neprerađenu hranu) ili da se uključe i podrže naše kampanje javnog zago- varanja (npr. potpišu peticiju, pošalju protestno pismo nekom gradskom uredu, dođu na prosvjed ili doniraju novac za kampanju).

Edukacija je dobra jer širi horizonte i potiče ljude da dalje razmišljaju i da- lje se obrazuju o nekoj temi, ali promjena razmišljanja nije dovoljna ako nema akcije. Da bi ih se potaknulo na akciju, prvo je potrebno građane in- formirati o nekoj temi.

Nakon toga ih moramo motivirati. Dobro je naći neku poveznicu, odno- sno nešto vezano uz temu s čime se ljudi mogu identificirati, tako da se već osjećaju dijelom kampanje, a ne kao da su oni izvan nje i sad trebaju napraviti nešto za nas. Osim toga, moramo pokazati izrazit entuzijazam o onome što želimo iskomunicirati. Ako se ljudima čini da ni nas nije previ- še briga, neće biti ni njih – vjerojatno će se složiti da smo u pravu, ali neće po tom pitanju ništa poduzeti.

Zatim slijedi pružanje mogućnosti da konkretno djeluju, po mogućnosti odmah. To znači da im, ako želimo da potpišu peticiju ili doniraju uplatni- com, uručimo papire i tražimo da ih ispune, ako traže nešto za uzeti doma da "još razmisle", znači da nismo dobro obavili komunikacijski dio, od- nosno da ih nismo dovoljno dobro motivirali. Ako s njima komuniciramo ispred dućana firme koju želimo da bojkotiraju, a oni nakon toga svejed-

no uđu, nismo obavili svoj posao. Ako smo organizirali ekološke štando- ve na kojima lokalni proizvođači nude kvalitetne i pristupačne proizvo- de, a naš sugovornik nakon tog radije ode u veliku samoposlugu, znači da smo im zvučali preegzotično i bez ikakve veze s onim što se njima osob- no čini bitno u životu, a iako smo možda nudili neke zanimljive opcije, nisu nas uzeli za ozbiljno.



TISKANI MATERIJALI

Tu su uključeni raznorazni materijali (letci, brošure, knjige) koje treba prvo napisati, a prema mogućnostima i vremenu koje nam je na raspolo- ganju, i što profesionalnije dizajnirati. Neki ljudi reagiraju bolje na sliku, a neki na riječi, pa naše publikacije idealno trebaju sadržavati kombinaci- ju i jednog i drugog.

Prije svega treba imati na umu što tim materijalima želimo postići – ako im je svrha opširna edukacija građana o nekoj temi, onda očito treba pripremiti nekakvu veću brošuru, ali ako ljude jednostavno želimo potaknuti na konkretno djelovanje, puno kraći letak je često efektivniji. Treba razmisliti jesu li tiskani materijali potrebni ili se može, zbog ekonomskih i ekoloških kriterija, koristiti neki drugi medij poput interneta.

Moramo se staviti u poziciju potencijalnog "klijenta", odnosno osobe koja će taj letak čitati. Prvo i osnovno, letak treba biti vizualno zanimljiv da ih uopće potakne na čitanje (druga i još efektivnija metoda je kratko popričati s osobom kojoj letak uručujemo, ali najbolje je koristiti obje) – previše takvih materijala završi nepročitano u smeću, a mi si to ne možemo dozvoliti niti iz financijskih niti iz ekoloških razloga.

Informacija mora biti jasna i motovirajuća. Ne trebamo ljudima iskomunicirati apsolutno sve što znamo o dotičnoj temi. Naravno da znamo više od njih, jer se time profesionalno bavimo, ali većina ljudi nema vremena ni interesa udubljivati se u tematiku. Tekst treba biti što jezgrovitiji.

Za one koji žele znati više treba jednostavno dodati informaciju o tome gdje mogu više saznati – tako letak može istovremeno poslužiti i kao reklama za neke veće publikacije ili događanja. Ovo se možda čini i preočito da posebno spominjemo, ali naročito na letcima se često zaboravlja – ime i logo organizacije te kontakt!

Knjige i brošure mogu i trebaju sadržavati informacije o tome što ljudi sami mogu učiniti da učine ovaj svijet boljim, ali njihova svrha je uglavnom edukativna. Za dodatni efekt, treba uključiti što više interesantnih slika (npr. slika s neke akcije plijeni pozornost puno više nego neko predavanje ili sastanak), a ako budžet dozvoljava, dobro dođu neke duhovite ilustracije i neka sve bude u boji.



MEDIJI

Mediji su veza između nas i šire javnosti.

Mediji nešto objavljuju ako smatraju da je to vijest ili barem posebna zanimljivost. Mi obično polazimo od uvjerenja da je ono čime se bavimo dovoljno važno da samo po sebi bude vijest, ali ako dosad nismo imali značajnog medijskog pokrića, morat ćemo se prvo potruditi da ih u to uvjerimo. Mediji imaju svoje razloge zašto nešto žele objaviti, a nešto ne. To je vezano uz njihove sponzore i kanale utjecaja, ali iako teško da možemo trenutno utjecati na način kako će nešto objaviti i na komentar koji će ići uz to, uglavnom vrijedi da, ako je nešto dovoljno interesantno, neki mediji će to i objaviti. Stoga nije dovoljno samo poručivati kako su neke stvari izuzetno bitne. Moramo biti i zanimljivi.

Ono što nije u medijima, u današnje vrijeme kao da se nije ni dogodilo. Ne samo da moramo biti zanimljivi, nego moramo biti uporni i kroz medije ponavljati poruku, na različite načine, dok ona u javnosti ne "sjedne". Tek tada možemo računati da će javno mnijenje dobiti šansu pogurati naše kampanje.

POZIV ZA MEDIJE

Medije zovemo na akciju s namjerom da objave prilog o onom što želimo iskomunicirati s javnošću. Čak i kad se akcija organizira na vidljivom i dobro posjećenom javnom mjestu, prisustvovat će joj samo mali broj građana u odnosu na sve koji o tome mogu saznati kroz medije.

Moramo unaprijed složiti popis kontakata medija i novinara koji pokriva ju nama bliske teme, koji onda koristimo svaki put kad najavljujemo akciju ili šaljemo priopćenje. U obzir dolaze svi mediji – novine, televizija, radio, internetski portali, lokalni i nacionalni, nezavisni, privatni i državni. Trebamo popisati njihove adrese, telefonske brojeve, e-mail i internet-sku stranicu.

Poziv za medije mora biti kratak i jasan (nekoliko rečenica je dovoljno), mora sadržavati osnovne informacije o tome gdje i kada se događa akcija, tko je organizira (nikako ne zaboraviti ime inicijative ili udruge!) i kojim povodom. Kratko i bez velikog obrazlaganja napisati što akcija želi postići i što zahtijeva od koje institucije. Tu se može još i kratko najaviti što će se događati (npr. peticijska ili performansna), ali bez detalja – opis akcije se šalje poslije u priopćenju. U izvanrednim slučajevima kad mediji očekuju nekakvu reakciju ili imaju priliku popratiti izgrede ili sukobe, reagirat će odmah, ali u normalnim okolnostima mi im nismo toliko bitni i moramo im se javiti barem jedan dan, idealno dva, unaprijed. Moramo obavezno navesti kontakt-osobu uz broj mobitela i e-mail za komunikaciju s medijima o toj akciji. Naravno, ta osoba treba biti nekoliko dana dostupna za pozive novinara.

PRIMJER POZIVA ZA MEDIJE

SVIM MEDIJIMA

Zagreb, 29. 6. 2011.

POZIV NA NACIONALNU KONFERENCIJU ZA MEDIJE

Pozivamo vas na konferenciju za medije koja će se održati u petak 1. 7. u 12 h na Trgu sv. Marka ispred zgrade Hrvatskog sabora.

Želimo dići glas protiv devastacije prostora i usvajanja populističkih zakona koji najviše pogoduju građevinskom lobiju. Hrvatski sabor će već sljedeći tjedan vjerojatno odlučivati o Zakonu o postupanju s nezakonitim zgradama te izmjenama Zakona o prostornom uređenju i gradnji, koji vode ka daljnjoj apartmanizaciji i betonizaciji jadranske obale.

Konferencije za medije udruge civilnog društva i društva arhitekata će se u isto vrijeme održati širom Hrvatske tj. u Zagrebu, Karlovcu, Rijeci, Puli, Pagu, Zadru, Šibeniku, Splitu, Makarskoj, Pločama i Dubrovniku okupljajući inicijative koje se bave zaštitom prostora od daljnje devastacije.

Na konferenciji u (IME GRADA) će govoriti TKO i U IME KOJE ORGANIZACIJE

Kontakt:

(.....ime osobe i mobitel)

Zelena akcija, GONG, Transparency International Hrvatska, Zelena Istra, Udruga Grad

POZIV MEDIJIMA

06. 10. 2010.

POZIV NA TISKOVNU KONFERENCIJU I AKCIJU / PERFORMANS

Predstavnici udruga Zelena akcija, GONG, Transparency International Hrvatska iz Zagreba, Zelena Istra iz Pule te Udruga Grad iz Dubrovnika Vas pozivaju na tiskovnu konferenciju i akciju koja će se održati u Varšavskoj ulici na potezu Kino Europa – Ustavni sud RH (Varšavska br. 3) u četvrtak 7. 10. 2010. s početkom u 11.00 sati.

Nakon vizualno atraktivne akcije performansa i izjava za medije predstavnici će urudžbirati Ustavnom sudu Prijedlog za pokretanje postupka za ocjenu ustavnosti Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o igralištima za golf (NN 80/10).

Za više informacija: IME PREZIME, Zelena akcija (BROJ MOBITELA), IME PREZIME, GONG (BROJ MOBITELA)

PRIOPĆENJE ZA MEDIJE

Priopćenje se šalje medijima kad želimo izraziti stav o nekoj temi, izići u javnost s reagiranjem ili komentarima na događaje, kao sastavni dio akcije ili kao otvoreno pismo. Ako je priopćenje rađeno u sklopu akcije, može se uručiti prisutnim medijima za vrijeme akcije, a obavezno se šalje na-

kon nje na mailing listu medija. Međutim, nekad i samo priopćenje bez popratne akcije može biti jednako efikasno, a bez utroška vremena i resursa koje zahtijeva priprema akcija. U idealnoj situaciji priopćenje će biti dovoljno interesantno medijima da nam se jave i zatraže dodatnu izjavu ili intervju, ali možemo biti zadovoljni i ako objave dio teksta koji smo im poslali. Ipak, iskustvo nas uči da je samo priopćenje, bez vizualno atraktivne akcije, rijetko dovoljno atraktivno da se objavi u većini medija.

Najbolje je priopćenje poslati elektroničkom poštom (e-mail) na unaprijed pripremljenu listu medija, a dobro je i najvažnije telefonom nazvati urednika ili novinara. Kontakte s novinarima i urednicima trebamo redovito održavati, a ako dobro surađujemo, možemo im neku temu ili akciju i unaprijed najaviti.

Moramo paziti i u koje vrijeme se priopćenje šalje kao i za kad se dogovara akcija. Rokovi za dnevne novine su u rano poslijepodne pa ako zakasnimo, vjerojatno je da naša vijest neće biti objavljena. Redakcije dnevnih listova ne rade na dan prije državnog praznika (ali rade na državni praznik!), pa na tih dana neće niti poslati novinare na našu akciju, niti će tko čitati priopćenja. Ako želimo prilog na televiziji, akcije bi trebale ići do podneva, tako da se prilog stigne obraditi i prikazati na svim vijestima tijekom dana. Izuzetak su veće akcije kao npr. prosvjedi koji u večernjem terminu eventualno mogu dobiti prijenos u dnevnik uživo, a koje moraju biti izvan radnog vremena.

Ako se šalje nakon nekog konkretnog događanja (bilo da se radi o akciji, prosvjedu, javnoj tribini ili čak nečemu puno manjeg opsega, kao npr. posjet nekog stručnjaka ili seminar), uz priopćenje treba slati i vizualne materijale. Puno je vjerojatnije da će članak u novinama biti objavljen ako priložimo fotografije (nekad se dogodi da je fotografija objavljena kao glavna zanimljivost, popraćena tek s nekoliko redaka teksta), a da ne govorimo o tome da je gotovo nemoguće dospjeti na televiziju bez videozapisa. Treba naglasiti da fotografije i videosnimke trebaju biti što profesionalnije izvedene. Čak i ako su mediji bili prisutni na akciji, ponekad se dogodi da nešto nije u redu s njihovom snimkom, pa iskoristite našu, ako je dovoljno kvalitetna.

Kako bi trebalo izgledati priopćenje?

Kao i kod poziva za medije, treba jasno navesti što, gdje i kada se dogodilo, tko je to organizirao (odnosno tko smo mi) i tko je sve bio prisutan (osim aktivista i predstavnika udruga to mogu biti i neki stručnjaci i javne osobe).

Moramo opširnije objasniti povodom čega reagiramo, kome je reagiranje namijenjeno, što su naši komentari i zahtjevi te rokovi za ispunjenje

zahtjeva.

Dobro je uključiti i nekoliko izjava, naročito ako jasno izražavaju poruku i stav govornika i cijele inicijative.

Obavezno je uključiti kontakt odgovorne osobe, ako bude trebao dati neku izjavu naknadno ili nešto pojasniti. To je obično ista osoba koja je komunicirala s medijima za vrijeme događanja.

Idealno je da sve zajedno stane na jednu stranu, a najviše na dvije.

PRIMJER PRIOPĆENJA ZA MEDIJE

HE Ombla, projekt koji ne drži vodu! – Organizacije za zaštitu okoliša pozivaju Europsku banku za obnovu i razvoj (EBRD) da se povuče iz projekta HE Ombla!

2. 11. 2011. – aktivisti Zelene akcije, točno u podne, izveli su aktivistički performans ispred zgrade Europske banke za obnovu i razvoj, Miramarska 23, u Zagrebu poručivši: HE OMBLA – projekt koji ne drži vodu. Pritom su aktivisti pozvali Europsku banku za obnovu i razvoj (EBRD) da se povuče iz projekta HE Ombla!

Još 26. 10. 2011. čak 34 hrvatske i međunarodne organizacije za zaštitu okoliša uputile su otvoreno pismo Europskoj banci za obnovu i razvoj da ne odobri kredit u iznosu od 123 milijuna eura za izgradnju HE Ombla kod Dubrovnika, o čemu će se raspravljati na Upravnom odboru direktora EBRD-a 8. studenog 2011. U otvorenom pismu, organizacije su istaknule ekološke, ekonomske i proceduralne probleme HE Ombla, koje su prepoznali čak i konzultanti EBRD-a prilikom ocjene projekta koji su proglasili "visokorizičnim". [2].

Planirana HE Ombla bi potopila špiljski sustav Vilina jama – Ombla koji ima vrlo visoku bioraznolikost [3] te je u planu zaštite kao dio europske mreže zaštićenih područja – Natura 2000. Studija utjecaja na okoliš za ovaj projekt je stara više od deset godina, a pritom je i nepotpuna jer nekoliko važnih studija još uvijek nedostaje. Ovo je očiti primjer žurbe za izgradnju HE, prije ulaska u Europsku uniju, jer projekt očito ne zadovoljava kriterije europskog zakonodavstva. Šokanto je da javna banka kao što je EBRD financira ovako štetne projekte.

"Ipak šišmiši i čovječje ribice nisu jedini ugroženi u ovoj priči. Hidroelektrana se planira graditi u području krša, koje je izuzetno porozno. Nitko doista ne zna koliko su podzemni kanali isprepleteni i podzemne vode povezane te se betoniranjem tih kanala mogu izazvati neželjeni efekti na povezane sustave podzemnih voda", navo je ekspert za krš dr. Ivo Lučić.

Osim utjecaja na okoliš HE Ombla, konzultanti EBRD-a Tractabel Engineering i Projektni Biro Split su zaključili da "projekt neće povratiti investicijske troškove, nego će zahtijevati dodatne troškove... izgradnja HE Ombla može se izgraditi jedino uz značajno financiranje Vlade RH. "Izveštaj konzultanata dodaje kako se problem ekonomske neisplativosti može riješiti i povećanjem cijene električne energije za 200% [4], rješenje koje građani RH neće dočekati s oduševljenjem.

Na tiskovnoj konferenciji medijima se je obratio i Zorislav Anton Petrović iz Transparency Internationala Hrvatske, koji je izjavio: "Podržavamo inicijativu udruga i smatramo da HEP kao društveno odgovorna tvrtka treba provesti proceduru utjecaja na okoliš i javnu raspravu."

"Teško je naći ijedan dobar argument za izgradnju HE Ombla", zaključuje Jagoda Munić iz Zelene akcije (Friends of the Earth Croatia). "Uzimajući u obzir veliki utjecaj na okoliš, u području za ekološku mrežu Natura 2000, projekta koji je ekonomski neisplativ, smatramo da EBRD treba izići iz ovog projekta."

Kontakti:

IME PREZIME, stručnjak za bioraznolikost, +385 (0) xxxxxxxx

IME PREZIME, Zelena akcija/Friends of the Earth Croatia: +385 (0)xxxxxxx

REFERENCE:

[1] Potpisnici pisma su:

Zelena akcija/FoE Croatia, Hrvatska

Hrvatsko biospeleološko društvo, Hrvatska

Udruga Grad, Dubrovnik, Hrvatska

CEE Bankwatch Network

Friends of the Earth Europe

WWF MedPO

European Environmental Bureau

South East Europe Network on Energy and Transport – SEENET

Transparency International Hrvatska, Hrvatska

Zelena Istra, Pula, Hrvatska

Srđ je naš, Dubrovnik, Hrvatska

Ekološki Centar Zelena Sunce, Dubrovnik, Hrvatska

Speleološka udruga Vjetrenica Popovo polje, Ravno, BiH

Biospeleological Society in Bosnia and Herzegovina

Center for Environment, BiH

Association for Animal Inventarisation and Conservation, Ilijaš, BIH

NGO Green Way, BiH

Brodsko ekološko društvo-BED, Slavonski Brod, Hrvatska

Ekološki Zadar, Zadar, Hrvatska

Sunce, Split, Hrvatska Speleološko društvo "Mijatovi Dvori" –Tomislavgrad, BiH

Udruga Naša baština – Tomislavgrad, BiH

Centar za održivi razvoj "Una", Martin Brod – Bihać, BiH

Prijatelji prirode / Friends of nature EKO ELEMENT

Centar za ekologiju i energiju, Tuzla, BiH

Association "Ekotim", Sarajevo, BiH

NGO "Močvara", Čapljina, BiH

NGO "Zeleni Neretva" iz Konjica, BiH

U.G. "Sadnice Mira – Peace Trees" Zavidovići, BiH

Naturskyddsföreningen – Swedish Society for Nature Conservation

Asociación para la Justicia Ambiental, AJA Španjolska

Instituto Internacional de Derecho y Medio Ambiente (IIDMA), Španjolska

Ecologistas en Accion, Španjolska

[2] "Undertaking the project in full, as designed at present, carries a high risk of the project not achieving its objectives". Tractabel Engineering; Projektni Biro Split: Ombla Hydropower Project – European Bank for Reconstruction and Development – Technical Due Diligence – Final Report Rev. C September 2011, p.9-10

[3] Pet zaštićenih vrsta šišmiša i čovječja ribica (*Proteus anguinus*), (IUCN Red List (VU); FFH Directive: Annex II, IV; Bern Convention: Annex II), špiljska kozica (*Troglocaris anophthalmus*), (IUCN Red List (VU)) i jedini špiljski slatkovodni školjkaš, jedinstven u svijetu (*Congeria kusceri*), (FFH Directive: Annex II, IV). Osim drugih špiljskih vrsta, četiri su roda nađena jedino u sustavu Vilina špilja – izvor Omble i nigdje drugdje na svijetu: *Horatia knorri*, *Lanzaia kusceri*, *Plagigeria nitida angelovi* (slatkovodni špiljski puževi) te *Eukonenia pretneri*. Dokaz da špilja nije dobro istražena je nalaz iz 2009. kad je pronađen novi rod kopnenog isopoda.

[4] Tractabel Engineering; Projektni Biro Split: Ombla Hydropower Project – European Bank for Reconstruction and Development – Technical Due Diligence – Final Report Rev. C September 2011, p.122-123.

Zagreb, 26. 1. 2012.

DOSTA NAM JE ČEKANJA – ZAHTIJEVAMO ODGOVORE O ZAGAĐENJU IZ POTOČA GORJAK!

Aktivisti udruga Zelena akcija iz Zagreba i Ekoturistiko iz Brdovca izveli su danas prosvjedni performans ispred Hrvatskih voda pod nazivom "Što MULJate?". Ovom prosvjednom akcijom smo željeli uputiti Hrvatskim vodama i drugim nadležnim državnim institucijama zahtjeve vezane uz sanaciju zagađenja koje desetljećima nastaje iz tvorničkih pogona Plive i Kvasca.

Hrvatske vode su zajedno s drugim državnim institucijama suodgovorne za za-

gađenje u potoku Gorjak i Savi jer su Plivi svih ovih godina uredno izdavali vodo- pravnu dozvolu unatoč zagađenim otpadnim vodama koje su se svih ovih godina ispuštale u potok Gorjak. Tu vodopravnu dozvolu su na uvid tražile razne nevladi- ne udruge, no Hrvatske vode je odbijaju predložiti javnosti. Još početkom 2008. go- dine su Hrvatske vode naložile Plivi i Kvascu sanaciju potoka Gorjak, no sanacija, prema izjavama Hrvatskih voda, nije niti započela. Hrvatske vode su koordinirale proces sanacije pa su podugovorile tvrtku APO da izradi program sanacije, a APO je podugovorio Institut Ruđer Bošković da izradi studiju kojom bi se ispitao mulj i zagađenje u potoku Gorjak kako bi se utvrdila najprikladnija metoda sanacije. In- stitut Ruđer Bošković je 2008. godine objavio studiju koja pokazuje da je mulj u po- toku Gorjak vrlo toksičan, a posebice zabrinjava visoka koncentracija antibiotika. Studija Instituta Ruđer Bošković sadrži preporuke koje Hrvatske vode u posljednje 3 godine nisu provele u djelo jer se čekalo da se Pliva i Kvasac dogovore u kojem će omjeru financirati sanaciju koja je procijenjena na oko 80 milijuna kuna. Te prepo- ruke se prije svega tiču dva istraživanja koja Institut smatra da je potrebno izraditi prije sanacije – istraživanje o potencijalnoj rezistentnosti bakterija iz potoka Gor- jak na antibiotike te istraživanje koje bi utvrdilo je li bilo kontakta između zagađi- vala iz potoka Gorjak i vodocrpilišta Šibice.

Zahtijevamo od Hrvatskih voda i ostalih nadležnih institucija da javnosti nakon 3 godine čekanja prezentiraju rok do kojeg će se izraditi i u javnosti objaviti istraži- vanje o potencijalnoj rezistentnosti bakterija iz potoka Gorjak na antibiotike. Isto tako zahtijevamo da Hrvatske vode prezentiraju rok do kojeg će se izraditi i u jav- nosti objaviti istraživanje kojim će se utvrditi je li došlo do kontakta između zaga- đivala iz potoka Gorjak (posebice antibiotika) i vodocrpilišta Šibice koje se nalazi samo 4 km nizvodno i pitkom vodom opskrbljuje 120.000 ljudi.

Ova dva istraživanja koja su presudna za zaštitu okoliša i zdravlje građana šire zagrebačke okolice ne koštaju 80 milijuna kuna, već manje od 1% tog iznosa. Jav- nost ne može čekati još 3 godine da se Pliva i Kvasac dogovore o omjeru financira- nja cijele sanacije, a Hrvatske vode i ostale državne institucije imaju sve poluge da se istraživanja i sanacija provedu u najkraćem roku, primjerice uskratkom vo- dopravnih dozvola Plivi i Kvascu ako ne potpišu Sporazum o provedbi sanacije po- toka Gorjak.

Fotografije Zelene akcije koje prikazuju prosvjedni performans možete preuzeti na: http://zelena-akcija.hr/hr/multimedija/foto/akcija_ispred_hrvatskih_voda

Kontakt:

IME PREZIME, predsjednik Zelene akcije, mob: xxxxxxxxxx

IME PREZIME, dopredsjednica Ekoturistiko, mob: xxxxxxxxxx



IZJAVA I INTERVJU

Osoba koja komunicira s medijima mora znati temu i obično je voditelj(ica) kampanje, a dobro se unaprijed dogovoriti s cijelim timom koje poruke će se medijima u izjavi iskomunicirati (što se obično i čini na sastancima planiranja kampanja i akcija). Ako više ljudi daje izjavu, onda se dogovori tko će pričati o čemu.

VAŽNO:

Vrlo je bitno ne samo znati sve informacije nego ih znati reducirati, treba- mo pripremiti kratak sažetak koji sadrži sve glavne poruke. Ako je tema kontroverzna pa nas mediji žele isprovocirati ili prilikom sučeljavanja sa suprotnim interesnim skupinama, moramo se dobro i detaljno pripremiti. Svaki dobiveni djelić medijskog prostora treba iskoristiti za promoviranje inicijative koju predstavljamo – naglasiti ime organizacije i kontakt. Neverbalni dojam je jako bitan: ton glasa, emotivnost i sukladna gesti- kulacija komuniciraju autentičnost, a ljudi imaju tendenciju više vjerova- ti onima koji su autentični i angažirani te stvarno vjeruju u ono što priča- ju. Npr. duhovitost i potpuna opuštenost mogu nekad biti čak kontrapro- duktivni jer ne prenose važnost i težinu slučaja o kojem se govori (to je do- bro ako se reklamira nekakav tulum/zabava, ali ne ako se želi iskomuni-

cirati neka socijalno važna tema). Naš entuzijazam za temu mora biti "zarezan" – ako mi nemamo entuzijazma za temu koju promoviramo, kako će drugi ljudi?

Jako je bitno praćenje medijskih objava o našoj kampanji, jer tako dobijemo dojam kakvu sliku o nama mediji stvaraju u javnosti, koji su nam manje, a koji više naklonjeni, kakve aktivnosti i teme dobivaju više pozornosti te da se znamo bolje pripremiti u budućnosti. Nije loše javiti se novinarima nakon što je nešto objavljeno da kažemo da nam se sviđjelo ili da učtivo ponudimo dodatno pojašnjenje ako nam se nije sviđjelo.



KAMPANJE JAVNOG ZAGOVARANJA

Zelena akcija/FoE Croatia se od samog početka svog djelovanja bavi kampanjama javnog zagovaranja kojima je cilj poboljšanje zaštite okoliša. Tijekom niza godina imali smo i niz zapaženih rezultata, kao što su sprečavanje izgradnje termoelektrane u Parku prirode Velebit i na Jadranu, Zakon o genetički modificiranim organizmima, kampanja protiv projekta Družba Adria i povećanja tankerskog prometa u Jadranu. Posljednjih godina svakako je najupečatljivija bila kampanja za Varšavsku ulicu u Zagrebu koja, doduše, nije spriječila izgradnju trgovačkog centra i podzemne garaže u pješačkoj zoni, ali je je prekinula dosadašnju praksu prenamjenje prostorno-planskih dokumenata daleko od očiju javnosti. I na kraju spomenimo i vrlo uspješnu kampanju protiv Zakona o igralištima za golf.

Sve ove kampanje se sastoje od različitih elemenata – informiranje i edukacija javnosti, rad s medijima, istraživanja i priprema stručnih podloga i mišljenja, korištenje pravnih mehanizama (npr. žalba, tužba), kulturna događanja i umjetnički performansi, korištenje novih tehnologija poput društvenih mreža za građenje šireg kruga podržavatelja, peticije, ali najvidljiviji dio su svakako akcije i prosvjedi.

Kampanje javnog zagovaranja dijelimo na pozitivne i negativne u smislu jesu li za nešto ili protiv nečega, iako u pravilu, svaka kampanja sadrži ova dva elementa.

Tako, na primjer, možemo imati kampanju za proglašavanje nacionalnog parka (pozitivno), koja u sebi sadrži i negativne elemente (npr. zabranilo lov na tom području). Drugi je primjer kampanja protiv genetički modificiranih organizama (ali za organsku poljoprivredu).

Odabir na što ćemo staviti naglasak u pojedinoj kampanji ovisi o društvenom kontekstu u kojem živimo, problemima zaštite okoliša te preferencijama aktivista koji takvu kampanju koordiniraju. Iskustva iz našeg dosadašnjeg rada u Hrvatskoj pokazuju da je još uvijek lakše motivirati ljude da se bore protiv nekog štetnog projekta, a isto tako je i s interesom medija. Stoga je još uvijek češći slučaj kampanja protiv devastacije okoliša.

Kampanja javnog zagovaranja je niz povezanih aktivnosti u nekom vremenskom periodu koje služe zajedničkom cilju, npr. da se donositelji odluka, u institucijama ili u tvrtkama, potaknu na akciju kakvu želimo, da službeno donesu odluke koje mi smatramo korisnima i počnu ih provoditi, odnosno da ukinu ili zabrane nešto što je u njihovoj nadležnosti i što mi smatramo štetnim po društvo i okoliš. Tu se obično kombiniraju direktno lobiranje, informiranje i dobivanje povratnih informacija od javnosti, publikacija raznih materijala, akcije javnog zagovaranja, priopćenja, tiskovne konferencije, pravni pritisak na institucije, peticije, prosvjedi i obično, ako se sve drugo pokaže nedovoljno, direktna akcija, odnosno građanski neposluh.

Za uspješnu kampanju bitno je napraviti dobru analizu problema i postaviti cilj prije nego se krene u kampanju. Naravno, ako neki problem možemo riješiti na jednostavniji način – npr. jednom akcijom, pismom ili tiskovnom konferencijom, kampanju nećemo ni raditi. Ipak, u većini slučajeva to nije tako. Kako su kampanje intenzivne i zahtjevne po pitanju resursa (materijali, ljudski rad i slično), radit ćemo ih samo za teme koje su nam bitne i mislimo da možemo utjecati na pozitivno rješavanje problema ovakvim načinom djelovanja.

U analizi problema svakako moramo promisliti što želimo postići, možemo li to postići u određenom roku, koji su vanjski utjecaji na naš željeni cilj (i pozitivni i negativni), koji su unutrašnji kapaciteti organizacije ili inicijative da se željeno sprovede. Dobro je napraviti razne analize poput npr. SWOT analize, koja određuje snagu, slabosti, prilike i prijetnje, tj. pozitivne i negativne, vanjske i unutarnje faktore koji doprinose ili onemogućavaju ostvarenje cilja.

Možemo primijeniti i neke druge analize poput npr. analize uzroka problema (root-causes analysis), kojom definiramo trendove i uzročnike po-

jedinog stanja. Tako, temeljom rezultata te analize možemo odrediti fokus i cilj kampanje, ali i metode rada.

Na primjer, ako nam je cilj ukidanje Zakona o igralištima za golf, koji omogućava izgradnju na golf igralištima i izvlašćivanje vlasnika zemljišta, u analizi identificiramo tko je zagovarao takav zakon, tko ima koristi od njega i kakve (uzrok problema). Onda možemo procijeniti da fokus kampanje nije na posljedici – što će stotinu igrališta za golf učiniti okolišu i prirodi, nego na uzroku, tj. bavimo se pitanjima korupcije, prava vlasništva zemljišta te prenamjene poljoprivrednog i šumskog zemljišta u građevinsko. Iako time naša kampanja naizgled gubi fokus na okolišu, ona postiže svoj cilj jer se bavi uzrokom, a možda može privući i zanimanje medija i građana kojima zaštita okoliša nije primarna briga.

Moramo identificirati potencijalne partnere i "saveznike" u kampanji. Često koalicija nekoliko udruga/inicijativa može postići više od jedne. Također, moramo istražiti koje su mogućnosti pritiska, koje institucije su odgovorne i na koji način se može utjecati na donositelje odluka. Tko nam je ciljana publika? Tko iz situacije izvlači najviše koristi, a kome ona donosi štetu? Koje su mogućnosti kontaktiranja s medijima i sa stručnjacima iz relevantnog područja? Dobro je unaprijed analizirati raspon problema i na koji način bi se oni mogli što prije riješiti.

Po mogućnosti, dobro je, formalno ili neformalno, istražiti javno mnijenje u ciljanoj skupini; ista vrsta prosvjeda može polučiti uspjeh ili neuspjeh na političkom planu, ovisno o podršci građana (biračkog tijela) ili njezinoj izostanku. Međutim, iako je podrška većine građana nedvojbeno vještari u leđa kampanji, nije nužna. Tijekom trajanja kampanje, ako dovoljno dobro iskomuniciramo razloge i ciljeve, javno mnijenje se može i promijeniti (edukacija).

Naravno da kampanje, pogotovo ako traju dulje od nekoliko mjeseci, ne možemo isplanirati u detalje, a često ćemo se morati i prilagođavati vanjskim okolnostima u izvedbi, pri čemu je naročito dobro "zgrabiti prilike" ako ih bude, npr. priključiti se nekom događaju koji nismo mi organizirali, ali nam može dati medijsku vidljivost. Unaprijed treba znati i prihvatiti da je nemoguće dobiti nekakav gotov "recept" kako provoditi apsolutno svaku kampanju korak po korak. Kampanja za ukidanje nekog zakona na državnom nivou će biti sasvim različita od kampanje za uvođenje edukacije o zaštiti okoliša u dječje vrtiće ili kampanje podizanja svijesti građana o klimatskim promjenama. Svaki slučaj je poseban, a mi ovdje dajemo samo opis elemenata kampanje.

Ipak, vrlo je važno obaviti dobru analizu i postaviti dobar cilj na početku. Cilj mora biti jasan, konkretan, pa čak i mjerljiv. Problem se treba anali-

zirati već kod utvrđivanja cilja, a dobro je informirati se o pojedinoj temi i kod stručnjaka. Time dajemo našim argumentima stručnost, što je često ključ uspjeha, pogotovo prilikom javnih debata.

Tijekom kampanje možemo povremeno evaluirati tijek i efikasnost te temeljem toga prilagođavati djelovanje. Evaluaciju je naročito dobro napraviti na kraju, kad kampanja završi, a dobro je i zapisati što je bilo dobro, a što ne tako dobro, kako bismo sljedeći put poboljšali metode rada.

Treba oformiti tim koji će voditi kampanju. U njemu treba biti osoba za obraćanje medijima i građanima, netko za koordiniranje aktivista, netko za logistiku, netko kome se obratiti za pravne savjete, netko tko dobro piše priopćenja itd. Nije nužno da baš sve vještine pokriva uvijek nekoliko istih ljudi, ali dobro je imati unaprijed u vidu tko bi mogao za što uskočiti kad urebta.

Obično jedna osoba vodi kampanju u smislu da predstavlja svojevrsno "lice" kampanje kroz komunikaciju s medijima, ali, naročito kad radimo u koalicijama više udruga ili drugih organizacija, to može biti i nekoliko ljudi; ipak, treba paziti na prepoznatljivost pa je bolje da jedna osoba predstavlja više manjih inicijativa ili da se te inicijative ujedine za potrebe kampanje (npr. *Pravo na grad je zapravo inicijativa oformljena od više desetaka manjih zagrebačkih udruga različitih usmjerenja, ali je u javnosti prepoznata kao jedna inicijativa s jednim ciljem – očuvanje javnih dobara u Zagrebu*).

Budući da je rijetkost da se mogu dobiti novčana sredstva upravo za vođenje kampanje (a obično kampanja povlači i materijalne troškove, npr. za putovanja ili atraktivne akcije), vjerojatno će se najveći dio posla morati obavljati volonterski, pa moramo imati i neki drugi izvor prihoda za preživljavanje. To obično znači da se nećemo moći kampanji posvetiti 100% svog vremena, ali nekad će trebati gotovo 100% onog što bi inače bilo "slobodno" vrijeme.

Da kampanja zadobije što veću prepoznatljivost, treba imati dobro osmišljeni slogan ili vizualni identitet, s čime se može prepoznati u javnosti. Npr. BLJAK – kampanja protiv GMO-a, Ne damo Varšavsku!, Srđ je naš!, STOP DRUŽBA ADRIA. Svakako je dobro ovo osmisлити prije prve akcije ili medijskog nastupa, a slogan može poslužiti i kao dobar vizual (slika – tiskovna konferencija – SRĐ JE NAŠ!).

Bez obzira na to koliko kompleksan bio cijeli problem i koliko je vremena i istraživanja nama trebalo da se upoznamo sa situacijom i donesemo odluke, cilj kampanje i pojedinačne poruke moraju se iskomunicirati s javnošću jasno i jednostavno. (Što je problem? Tko je odgovoran i može ga rije-

šiti? Što vi možete učiniti?) Više informacija se može dati na zahtjev onima koje to posebno zanima.

Svaka kampanja, da bi bila uspješna, mora biti vidljiva u javnosti – bitni su konkretni vidljivi događaji i slike, a ne samo aktivnosti tipa "praćenje zakonskih odredbi", "prikupljanje informacija", "provođenje projekata" i sl. Kolikogod je i to važno za podlogu kampanje, neće se nikad pretvoriti u vijest, a time niti inspirirati građane da joj se pridruže, niti natjerati odgovorne osobe da učine ono što od njih zahtijevamo. Osim samih događaja, prepoznatljivost kampanje se može održati vizualnim identitetom, oglasima ili videospotovima. Pomažu i rekviziti kao npr. transparenti ili majice s jasnom porukom.

Problem moramo što više približiti građanima, odnosno staviti naglasak na ono što je građanima najbitnije. Što je građanima apsolutno neprihvatljivo? Što građani žele umjesto toga? Javno mnijenje može biti vrlo snažan vid političkog pritiska. Iako na politiku utječu razne interesne skupine s puno više novca i moći, ipak si vlast ne može priuštiti potpuno oglašavanje na glas građana.

Dobro je ispitati pridržavaju li se institucije i investitori pravila i zakona ili su to pravila koja vrijede samo za nas. Svaki put kad se uvjerimo da ih krše, moramo ih javno ih pozvati na odgovornost.

Dobro je naizmjenice kombinirati različite aktivnosti, koje ne samo da daju dinamičnu medijsku sliku nego i otvaraju različite mogućnosti pritiska. (Npr. kampanja protiv Zakona o golf igralištima uključuje razne akcije javnog zagovaranja, pravne postupke na državnom nivou, pomoć ugroženim građanima, ali i kampanje lokalnih inicijativa da se spriječe pojedinačni projekti; logično je i proširenje kampanje na Zakon o poljoprivrednom zemljištu.)

Moramo pozvati političare (i druge) na riječ – ako su nešto izjavili ili obećali, neka se toga i pridržavaju. Osim toga, treba iskoristiti predizborno vrijeme za dodatni politički pritisak – to je pravo vrijeme za plasiranje našeg stava u medije (position papers) i zahtijevati osvrt od svih koji su već na relevantnim funkcijama, a i od potencijalnih kandidata za te funkcije.

Nekad je dobra ideja uključiti i razne javne osobe u kampanju, ako su nas spremne podržati. To mogu biti stručnjaci, umjetnici ili bilo tko čija će prepoznatljivost u javnosti (i popularnost) potaknuti mnoge koji to inače ne bi učinili da se bave tom temom ili da barem razmisle o njoj. Naravno, uputan je i oprez pri izboru takvih javnih lica kampanje – netko nas možda samo želi iskoristiti za svoju promociju, a nema vjerodostojnost koja nam je potrebna (npr. kontraproduktivno je uključiti u kampanju za odr-

živi transport nekog celebrityja koji posjeduje pet automobila, ili u kampanji za zaštitu rijeka nekog tko zapravo posjeduje dionice tvrtke koja zagađuje vodotokove...)

Akcije unutar kampanja

Planiranje i priprema se radi isto kao i kod planiranja pojedinačnih akcija, tim se sastane i razmisli o raznim mogućnosti za akciju, samo što u kontekstu kampanje treba razmotriti više aktivnosti koje bi se trebale provoditi ili paralelno ili jedna za drugom.

Za informiranje i uključivanje aktivista je izuzetno korisno da na sastancima većeg broja ljudi bude prisutan i netko iz najužeg tima za organizaciju kampanje te da iznese sve informacije koje ljudi žele čuti, čak i ako nije neposredno bitno za samu sljedeću akciju. Da bi ostali angažirani tijekom duljeg vremena, aktivisti moraju biti u toku i moraju biti uključeni.

Fleksibilnost je jednako važna kao i pažljivo planiranje. Iako je izgledno da će kampanja potrajati mjesecima (ako ne i godinama), situacija se može brzo mijenjati, pa trebamo znati reagirati u skladu s tim promjenama, bez obzira na to što smo isplanirali unaprijed. Bitno je imati strategiju, ali većina kampanja će se razvijati organski prema novonastalim situacijama i potrebama.

Dobro je misliti unaprijed i pripremati nekoliko koraka kampanje unaprijed, ali ne ih uvijek rigidno provoditi, nego reagirati u skladu s trenutkom. Npr. ako se u određenom trenutku radi pritisak na određenu instituciju da dozvoli ili zabrani neki projekt, akcija treba potaknuti tu instituciju da donese odluku, a ne se koncentrirati na edukaciju građana; to ne znači da edukacija građana nije važna, samo da u tom trenutku nije najbolji način da se kampanja uputi u pravom smjeru. Neke unaprijed isplanirane akcije koje se zbog novonastalih okolnosti nisu provele, mogu se napraviti kasnije.

Nekad je cilj kampanje preširok ili preapstraktan za uspješnu mobilizaciju javnosti. Moguće rješenje je ne pričati cijelo vrijeme o svemu što je u kampanji bitno i o svim ciljevima koji se žele postići, nego koncentrirati se na jednu točku oko koje se javnost najvećim dijelom slaže s nama i tijekom cijele kampanje inzistirati na rješavanju upravo tog konkretnog problema. Iako to možda nekad daje dojam da se komunicira samo o toj jednoj relativno uskoj temi, zapravo se na nju stavlja naglasak samo zbog lakšeg tematiziranja problema u medijima (koji uglavnom imaju kratak i uzak raspon pažnje) i pridobivanja podrške građana. A na institucije se istovremeno stavlja pritisak da riješe cijeli problem, bez obzira na to ko-

liko on velik ili opširan (primjer je kampanja "Ne damo Varšavsku" koja ne samo da se protivila oduzimanju dijela pješačke zone za potrebe ulaza u privatni objekt nego zapravo kao cilj ima i izmjene zagrebačkog GUP-a (Generalnog urbanističkog plana) koje bi spriječile sve slične projekte u budućnosti).



PARTNERSTVA, KOALICIJE I UMREŽAVANJA

Postoji puno slučajeva kad jedna udruga, inicijativa ili organizacija, sama ne može biti niti približno toliko utjecajna kao što može više organizacija zajedno, pa ako postoji konsenzus oko cilja kojim se bave, u nekim situacijama se dobro udružiti. To znači da svaka pojedinačna udruga zadržava svoju samostalnost, ali u određenim situacijama nastupaju zajedno. Takvo udruživanje može biti strateško ili taktičko, u partnerstvu, koalicijama te formalnim i neformalnim mrežama.

Dinamika komunikacije u mrežama i koalicijama funkcionira otprilike slično kao komunikacija između pojedinaca unutar jedne organizacije, samo što svaka udruga bira predstavnike koji će je zastupati. Komunikacijski alati su isti kao i za internu komunikaciju među aktivistima – baze podataka, društveni mediji, razne mailing-liste, a predstavnici se povremeno sastaju neformalno ili na konferencijama.

Međunarodno umrežavanje (npr. *Friends of the Earth International*, najveća mreža ekoloških udruga na svijetu)

Razmjena iskustava o sličnim problemima u različitim zemljama, stručna mišljenja te ideje za akcije i kampanje – nešto što je funkcioniralo u jednoj zemlji, možda može i u drugima.

Materijali (npr. filmovi, letci, poster) za razne kampanje koje mogu koristiti sve udruge članice.

Mogućnost za nacionalne organizacije da budu aktivne i imaju utjecaja na međunarodnom planu, npr. kroz klimatske pregovore.

Ponekad je lakše utjecati na lokalne političare preko međunarodnih instancija nego isključivo lokalnim kampanjama.

Umrežavanje na regionalnoj ili nacionalnoj razini (u Hrvatskoj npr. Zeleni forum)

Umrežavaju se udruge koje se bave sličnom tematikom i one lokalnog karaktera, da bi ostvarile utjecaj na nacionalnoj razini.

Zajedničko istupanje daje veću političku snagu. Ako se dogovore, automatski npr. 50-ak udruga može izvršiti pritisak na neku instituciju istovremeno – žalba, priopćenje za medije itd. se piše samo jednom, a sigurnije je da će taj događaj dobiti medijski prostor i odgovor institucije prije nego da sve to rade pojedinačno.

Razmjena znanja i informacija je vrlo bitna – npr. lokalne udruge mogu lakše "iskopati" lokalne informacije bitne za kampanju na nacionalnom nivou.

Koalicije i partnerstva se obično uspostavljaju za potrebe pojedinačne kampanje (npr. Varšavska) ili reagiranja na događaje (npr. ljudska prava – policijsko maltretiranje aktivista), a to su taktička partnerstva organizacija koje imaju neki zajednički cilj, a inače se mogu znatno razlikovati. Partnerstva mogu biti i dugoročnija, odnosno strateška, ako organizacije imaju više zajedničkih tema za djelovanje. Npr. *Friends of the Earth International* i *La Via Campesina* su potpisali sporazum o strateškom partnerstvu i dugoročno nadopunjuju svoje djelovanje iako su suštinski različite organizacije (FOEI je mreža udruga za zaštitu okoliša, a La Via je mreža udruga seljaka), koje imaju sličnu dugoročnu viziju ciljeva, ali su načini djelovanja bitno različiti.

Male inicijative mogu dobiti medijsko pokriće i pomoć u ljudstvu, pravnim aspektima, a nekad čak i novčanu, ako se udruže s većom (npr. nacionalnom) udrugom koja odluči da je taj specifičan problem dovoljno važan da se i ona uključi. Isto tako, kroz partnere udruge iz drugih regija ostvaruju suradnju na lokalitetima. Partneri mogu biti i inicijative iz različitih regija koje se bave istim problemom (npr. golf, zaštita voda) ili inicijative s raznih područja djelovanja koje se preklapaju na jednom području (npr. kampanja oko Varšavske).



PRIKUPLJANJE SREDSTAVA ZA AKCIJU ILI KAMPANJU (FUNDRAISING)

Za akcije i kampanje je teško naći sredstva iz projekata koje financiraju razne fundacije ili insitucije, ali je ipak moguće, naročito u slučaju fondacija.

Donacije i sponzorstva tvrtki za akcije zapravo i nisu dostupne. Tvrtke

svoje donacije gledaju kao na reklamu. Upravo se najveći zagađivači javljaju kao potencijalni donatori za kampanje "zaštite" okoliša – kao npr. pomogli su zasaditi desetak stabalaca u nekom parkiću pa ih se ne može osuđivati da sječom ili emisijama štetnih tvari u atmosferu uništavaju na tisuće stabala u divljini. To je *greenwash* najgore vrste i, ako smo ozbiljni u nakani da naše djelovanje zaista pridonese očuvanju okoliša i prirode, takvih se donacija treba kloniti.

Tvrtkama se možemo se obratiti u slučajevima kad su njihovi ciljevi i želje isti kao naši. Primjerice, lokalne institucije se ne slažu uvijek s onim što im nameće državna politika, a nekad se s lokalnim tvrtkama može za potrebe kampanje ući u partnerstvo jer bi i one od toga imale koristi – npr. mali dućani i ugostiteljski objekti te obiteljska poljoprivredna gospodarstva će se gotovo u pravilu protiviti "razvoju" u obliku velikih trgovačkih centara.

Dobra ideja je javljati se i na neke natječaje koji ne bi direktno dali potporu za željenu kampanju, ali bi mogli financirati neke druge stvari koje bi mogle pomoći – kao npr. edukaciju aktivista ili tiskanje letaka i brošura o vezanim temama. Osim toga, neke fondacije ponekad daju novac upravo za aktivizam. Treba imati na umu da svaka institucija ima svoja pravila za pisanje projektnih prijedloga koja treba dobro proučiti (a edukacija o tome premašuje opseg ove publikacije) i da u samo pisanje tih prijedloga (koji neće uvijek uroditi plodom) treba uložiti prilično truda i vremena te da će provođenje projekata zahtijevati da se bavimo mnogim aktivnostima koje nam vjerojatno nisu prioritete. Stoga sredstva za kampanje trebamo nabaviti iz drugih izvora, a i troškove možemo znatno smanjiti.

Na primjer, treba okupiti što više ljudi koji su spremni besplatno raditi na kampanji. Njihovo vrijeme i dobra volja će se pokazati neprocjenjivima. Drugo, pažljivim planiranjem se mogu izbjeći skupe aktivnosti. Ponekad su najefektivnije akcije koje ne zahtijevaju nikakav poseban budžet (npr. okupljanje ljudi na nekom strateški važnom mjestu). Sve što se može treba nabaviti besplatno (mnoge potencijalno korisne stvarčice se kriju na tavanima i u ormarima) ili posuditi (npr. auto, alati, literatura). Isto tako, treba razmisliti gdje i kako se može dobiti besplatan prostor za aktivnosti i sastanke (npr. neke druge udruge možda imaju na raspolaganju prostor koji ne koriste svaki dan u tjednu, a netko od uključenih ljudi možda ima neiskorištenu garažu koja može poslužiti kao radionica), a i kako se besplatno oglašavati (oglasne ploče, internet). Treba se raspitati tko može volontirati s nekom konkretnom vještinom (ilustracije, prevođenje, grafički dizajn, šivanje, stolarija ili bilo što drugo) ili dati nešto na korištenje (npr. fotokopirni stroj ili kombi). Naravno, nije u redu očekivati da će netko moći pomagati svaki put kad nešto treba, pa je dobra ideja održavati kontakt-listu s više ljudi. Čak i ljudi koji nemaju direktne veze s kampa-

njom ponekad su voljni pomoći.

Na kraju, planiramo troškove materijala i usluga koje moramo kupiti. Neke stvari se mogu jeftino pronaći u oglasnicima ili na sajmovima rabljene robe, iako za to obično treba dosta vremena, a nekad i članovi inicijative sami ponešto financiraju. Postoji više mogućnosti za prikupljanje sredstava, a one ovise o opsegu naših planiranih aktivnosti i o tome koliko nam novca treba.

Dobro je zamoliti građane koji podržavaju našu kampanju, ali nemaju vremena aktivno se uključiti, da doniraju novac ili materijale. Sredstva se mogu skupljati na događanjima gdje cirkulira puno ljudi, a pomažu i informativni štandovi udruga. Dobro je imati u vidu koja nam je ciljana skupina građana i gdje ih možemo pronaći – ako naš projekt podržavaju uglavnom mlađi ljudi, veća je vjerojatnost da ćemo sredstva prikupiti na nekom koncertu ili festivalu, nego na tržnici nedjeljom ujutro; ako bi od naših akcija koristile imale obitelji s djecom, možda je dobra ideja povezati se s lokalnim vrtićima ili osnovnim školama.

Možemo organizirati i dobrotvorna događanja s ciljem prikupljanja sredstava. To mogu biti koncerti glazbenika, prodajne izložbe, aukcije, tombo-la, prodaja domaćih kolača, rabljenih knjiga ili odjeće itd. Ponekad male tvrtke, obrtnici ili umjetnici ne mogu donirati novac, ali mogu donirati robu ili usluge, koje onda možemo "prodati" na buvljaku ili aukciji u sklopu događanja.

Građani se mogu pozvati da doniraju i putem medija (naglasiti kako, npr. preko žiroračuna). Moguće je i slati molbe s uplatnicom na kućne adrese i to je način kojim mnogi pribjegavaju, ali treba naglasiti da rijetko povratni uložena sredstva, pogotovo na kraći rok. Uglavnom je osobni kontakt s potencijalnim donatorima puno učinkovitiji.

I na kraju, naročito ako su potrebna sredstva relativno mala, nekad je ipak lakše donirati svoj novac nego ga prikupljati. Nekad organiziranje dobrotvornih događanja ili traženje sponzorstva zahtijeva više vremena i truda nego da ga na uobičajen način zaradimo.

PRIRUČNIK
NA
EKOAKTIVIZAM





ZAŠTITA PRIRODE

Sažetak predavanja mr. sc. Jagode Munić

Ugroženost prirode i koncept zaštite

Zaštita prirode, jedan od najstarijih elemenata zaštite okoliša, počinje prije nego što je uopće oblikovan koncept okoliša, krajem 19. stoljeća, kada se došlo do spoznaja o ugrožavanju prirode nastalom kao posljedica industrijske revolucije. Tada se u zapadnim državama (SAD-u i Europi) počinju osnivati nacionalni parkovi, od kojih je prvi bio Yellowstone, društva za zaštitu prirode te počinju provoditi veća znanstvena istraživanja u prirodoslovlju. U Hrvatskoj su krajem 19. stoljeća osnovani Društvo za očuvanje Plitvičkih jezera, društvo za očuvanje špilja u Lici, Hrvatsko prirodoslovno društvo i Hrvatski planinarski savez.

Kako sam pojam priroda zapravo ne definira precizno ono što želimo zaštititi, danas se uglavnom govori o bioraznolikosti, koja uključuje raznolikost vrsta, genetičku raznolikost i raznolikost ekosustava. Iako je popisano oko 1,75 milijuna vrsta, zapravo ne znamo točno koliko ih na Zemlji ima. Pretpostavlja se da ih je 13 milijuna, a razni proračuni određuju između 3 do 100 milijuna.

Za koncept održivog razvoja jedan od ključnih pojmova je **nosivost sustava** (*carrying capacity*) - maksimalna veličina populacije koju određeni ekosustav može podnijeti tijekom određenog vremena. Naime, jedno od osnovnih ekoloških pravila je da, ako je broj jedinki u populaciji veći od nosivosti sustava tijekom dužeg vremena, dolazi do izumiranja. Tako, primjerice, ako se na nekom području stvori velika populacija miševa, oni pojedu sve žito, nakon čega dolazi do njihova izumiranja i nastaje nova, manja nosivost sustava.

Tijekom posljednjih sto godina dolazi do drastičnog smanjenja broja staništa i vrsta, a danas možemo reći da su svi ekosustavi ugroženi, a naročito tropske šume zbog sječe i polarni te subpolarni predjeli zbog klimatskih promjena, dok su koraljni grebeni i šume mangrove drastični primjeri izumiranja. Neke vrste su direktno istrebljivane radi ekonomskog iskorištavanja ili izumiru zbog toga što se "bore" s čovjekom za resurse (vuk, nosorog, ris, sredozemna medvjedica), a najveći razlog izumiranja vrsta je izumiranje staništa. Dokazano je da, ako se određeno stanište smanji na deset posto svoje površine, izumre 90% populacije vrste koja obitava u tom staništu. Danas vrste izumiru 50-100 puta brže od prirodne stope, pretpostavlja se da izumire 34.000 biljnih i 5200 životinjskih vrsta godišnje, uključivo i jednu od osam ptičjih vrsta svake godine, a pored uništavanja staništa, uzroci su i zagađenje i klimatske promjene.

Konvencija UN-a o bioraznolikosti donesena na *Earth summitu* u Rio de Janeiru 1992. godine kao tri glavna cilja postavlja zaštitu bioraznolikosti, održivo korištenje komponenta bioraznolikosti i dijeljenje dobiti od komercijalnog i nekomercijalnog korištenja genetičke raznolikosti na pravedan način. Nažalost, još uvijek sve zemlje nisu potpisale tu konvenciju, uključujući i SAD. Na konferenciji u Johannesburgu 2002. godine u milenijске razvojne ciljeve UN-a uključen je i cilj da se do 2010. godine značajno smanji tadašnje stope gubitka bioraznolikosti na globalnoj, regionalnoj i nacionalnoj razini, no to nije ostvareno te su 2010. u Japanu ponovno određivali ciljevi za 2020.

Stanje u Hrvatskoj

Hrvatska je i u svjetskim razmjerima zemlja bogata biljnim i životinjskim endemima, kako zbog različitih klima i reljefa, kasne industrijalizacije zemlje, tako i zbog toga što je nakon ledenog doba došlo do migracije biljnih vrsta i to iz područja Balkana u područja srednje i sjeverne Europe.

Međutim, bioraznolikost je ugrožena na brojne načine. Riječne vodotokove ugrožava šljunčarenje i kanaliziranje, močvarna područja poljoprivrede i isušivanje, ptice su ugrožene od lova i krivolova i intenzivne poljoprivrede, a sisavci od nestajanja i fragmentacije staništa, krivolova, ali, npr. i upotrebom pesticida koji uništavaju populaciju šišmiša. S izgradnjom autocesta kroz područje rasprostranjenosti velikih zvijeri pojavila se opasnost znatnog fragmentiranja staništa tih vrsta, a potencijalni negativ-

ni utjecaj smanjen je izgradnjom zelenih mostova koji životinjama služe kao koridori za prijelaz novonastalih prepreka. Uništavanje i promjena staništa najveći su uzrok ugroženosti svih kralješnjaka i beskralješnjaka, koji su još posebno osjetljivi na prekomjernu uporabu pesticida, unošenje alohtonih ("uvezenih") vrsta te prekomjerno iskorištavanje i skupljanje. Veliki negativni utjecaj na biološku raznolikost imaju i invazivne strane svojte, primjerice alohtone zelene alge u Jadranu, *Caulerpa taxifolia* i *Caulerpa racemosa*.

Zaštitom prirode u Hrvatskoj bave se nadležno Ministarstvo kulture, zatim stručno tijelo Državni zavod za zaštitu prirode, županijske Uprave za zaštitu prirode, uprave parkova i drugih zaštićenih područja te udruge građana.

Prva Strategija zaštita biološke i krajobrazne raznolikosti u Hrvatskoj kojom se definiraju strateški ciljevi donesena je 1999. godine, a nova, za sljedećih deset godina, donesena je 2008. Zakon o zaštiti prirode je ključni propis kojim se definira zaštita prirode i to sveukupne prirode, a ne samo zaštićenih kategorija.

Zaštićene prirodne vrijednosti su:

1. **zaštićena područja:** strogi rezervat, nacionalni park, posebni rezervat, park prirode, regionalni park, spomenik prirode, značajni krajobraz, park-šuma, spomenik parkovne arhitekture
2. **zaštićene svojte:** strogo zaštićena divlja svojta, zaštićena divlja svojta, zaštićena zavičajna, udomaćena svojta
3. **zaštićeni minerali, sigovine i fosili,** a mogu biti od međunarodnog, državnog i lokalnog značenja.

Koncepti zaštite bioraznolikosti

Kada se prije sto godina započelo sa zaštitom područja koja su se smatrala osobito vrijednim, nastala su **zaštićena područja**, no prije desetak godina došlo se do zaključka da to nije dovoljno te su se počela definirati područja od najveće važnosti u bioraznolikosti za neku zemlju, koja se onda proglašavaju **žarišnim točkama (hotspots)**. Također se stvaraju **ekološke mreže** kojima se povezuju pojedina zaštićena područja. Najnoviji koncept zaštite bioraznolikosti razmatra **ekosustav kao osnovu/servis života**, odnosno istražuje koji su minimalni i optimalni uvjeti koji se moraju ispuniti da bi neki ekosustav mogao podržavati život na Zemlji.

Koncept ekološke mreže primjenjuje se posljednjih desetak godina, a one se sastoje od **središnje zone, zaštitne zone (buffer)** i **ekoloških koridora**. NATURA 2000 je ekološka mreža koja povezuje sva najvrednija područja u Europi, dok svaka zemlja ima proglašenu svoju nacionalnu mrežu. Hrvatska ekološka mreža obuhvaća oko 30% njezine površine, a najvrednija područja na europskoj razini će ući u mrežu NATURA 2000 s pristupa-

njem Hrvatske Europskoj uniji. Mreža je izrađena tako da je napravljen popis staništa i ugroženih vrsta, od kojih su se onda izdvojila najvažnija područja, a prema pravnim dokumentima Europske unije: Direktivi o zaštiti ptica (79/409/EEC) i Direktivi o zaštiti prirodnih staništa i divlje faune i flore (92/43/EEC), prema kojima su to bile obvezne napraviti sve zemlje članice EU.

Zelena akcija sudjelovala je u izradi analize najvrednijih područja Sredozemlja koju je provodio WWF. Jedno od deset tih područja je i Velebit te je 2000. godine potpisana povelja *Dar zemlji* između Ministarstva okoliša i WWF-a. Kako je Velebit područje visokog endemizma i bioraznolikosti, razmatralo se kako zaštititi jedinstveni krajolik, promatrajući granice slivova i bogatstvo staništa u tom krškom ekosustavu. Izrađene su brojne analize, određena najvrednija područja, žarišne točke te koridori, napravljene strateške smjernice zaštite i sustav praćenja projekta, što je sve uključeno u Akcijski plan zaštite prirode – Zeleni pojas Velebit. Temeljem ovih spoznaja, primjerice, uspjeli smo pomaknuti autocestu od rijeke Gacke, koja je prioritetno područje u akcijskom planu, a pokrenuti su i projekti za razvoj dohodovnih aktivnosti u suradnji s Poljoprivrednom za drugom Lovinac, kao i obnova tradicijskih zanata.

Od 2008. Zelena akcija se intenzivno bavi kampanjama protiv devastacije i privatizacije prirodnih i kulturnih resursa s naglaskom na očuvanje poljoprivrednih i šumskih površina. Stoga smo započeli kampanju protiv Zakona o igralištima za golf, koji je omogućio prenamjenu takvog zemljišta i gradnju na njemu te čak i izvlaštenje privatnih vlasnika zemljišta. Pod izlikom kapitalnih ulaganja, nama se trenutačno događa da se privatiziraju i urbaniziraju vrijedna ekološka područja u nacionalnoj ekološkoj mreži – tako se planiraju vile i apartmani u dolini rijeke Mirne podno Motovuna, izgradnja vila i apartmana uz golf terene na Srđu, u Skradinu, na Vranskom jezeru i mnoge druge ekološki vrijedne lokacije. Naša zadaća je da zaustavimo takvu devastaciju. Kampanja za ukidanje Zakona o igralištima za golf uspješno je završena 2011. godine, nakon što je Sabor ukinuo Zakon.



ENERGETIKA I KLIMATSKE PROMJENE

Sažetak predavanja Tonija Vidana

Općenito o energetsom sektoru

Energetski sektor jedan je od glavnih izvora onečišćenja. Na globalnoj razini emisije ugljičnog dioksida, kao posljedica korištenja fosilnih goriva, doprinose 61% ukupnih emisija stakleničkih plinova, gurajući svijet u klimatsku katastrofu. Službena europska statistika navodi kako, zbog lokalnog zagađenja zraka, prosječni građanin Europske unije živi 8,6 mjeseci kraće.¹

Direktor Međunarodne agencije za energiju, g. Nabuo Tanaka, pozvao je svjetske vlade na "provedbu globalne energetske revolucije unapređenjem energetske efikasnosti i korištenja izvora energije niskih emisija ugljičnog dioksida" i zaključio kako "su postojeći trendovi energetske dobave i potrošnje očito neodrživi i to ekološki, ekonomski i socijalno te kako mogu i moraju biti promijenjeni". Prognoze Međunarodne agencije za energiju predviđaju u svom baznom scenariju godišnji rast potrošnje od 1,6%, i to u slučaju nedonošenja nikakvih novih mjera energetske efikasnosti, a posljedice takvog scenarija po klimatski sustav planeta opisuju "šokantnim".

Osim prijetnje klimatskih promjena, još su tri izuzetno jaka poticaja za promjenu klasičnih načina dobave energije:

- **stagnacija svjetske proizvodnje nafte** - svjetska proizvodnja nafte stagnira, čime se potvrđuju prognoze brojnih stručnjaka kako smo dosegli

maksimum godišnje proizvodnje nafte nakon kojeg slijedi neminovni pad - **ubrzani razvoj tehnologija za korištenje obnovljivih izvora energije** - obnovljivi izvori energije (prvenstveno sunce, vjetar i biomasa) usprkos desetljeća blokade postaju sve pristupačniji, a tehnologije za njihovo korištenje sve jeftinije

- **mjere energetske efikasnosti, odnosno "proizvodnja negavata"** - sve više zemalja provodi aktivne mjere energetske politike kojima se štedi na uvozu skupih energenata i smanjuje negativne utjecaje energetske politike. Naime, umjesto gradnje nove elektrane od npr. 200 megavata, vlade poreznim olakšicama stimuliraju građane, javni i poslovni sektor da pri nabavi novih trošila (hladnjaka, žarulja i sl.) kupuju štedljivije modele koji troše i po nekoliko puta manje energije i time smanje potrebu za novim elektranama, odnosno da proizvode "negavate".

Naravno, neke zemlje ipak donose odgovornije energetske politike, tako Europska unija ima energetske klimatski paket politika i zakona koji se zasniva na dva glavna cilja: zakonski obveznom doseganju 20% udjela obnovljivih izvora energije do 2020. i povećanju energetske efikasnosti za 20% u istom periodu, čime bi se količina potrošene energije u budućnosti smanjivala, a ne više rasla. Konačno se naziru i pomaci u energetske politici SAD-a, pa je predsjednik Obama, pozvao na doseganje cilja od 80% "čiste energije" do 2035., osiguravanju ultrabrzog željezničkog prijevoza za 80% populacije do 2015. i milijun električnih vozila do 2015.

Takve nove politike, pogotovo u Europskoj uniji, dovele su do prave tehnološke revolucije u energetsom sektoru. Usprkos pokušajima da se putem medija stvori slika o "renesansi" gradnje novih nuklearnih elektrana ili termoelektrana na ugljen, u Europskoj uniji realnost je potpuno drugačija. Već nekoliko godina velik dio novih elektrana instaliranih u zemljama Europske unije su elektrane koje koriste obnovljive izvore energije, prvenstveno vjetar i sunce.

Klimatske promjene

Energetika i klimatske promjene su povezani jer se spaljivanjem fosilnih goriva u atmosferu oslobađa ugljični dioksid odgovoran za nastanak klimatskih promjena, pa tako danas u atmosferi ima 39% više ugljičnog dioksida u odnosu na predindustrijsko doba, dakle kraj 19. stoljeća, a svake godine taj se iznos povećava za još jedan posto. Znanstvena zajednica je još 80-ih i 90-ih bila podijeljena oko toga kakvi su uzroci i rizici takve situacije, no danas ipak postoji znanstveni konsenzus oko toga da je takvo povećanje udjela ugljičnog dioksida u atmosferi posljedica spaljivanja fosilnih goriva, a rizik stvaranja efekta staklenika neprihvatljiv. Okvirna konvencija o klimatskim promjenama iz 1992. godine prvi je međunarodni dokument kojim su se vlade dogovorile učiniti nešto u vezi s klimatskim promjenama. Taj dokument, doduše, ne navodi nikakve konkretne

ciljeve i mjere, već samo prepoznaje klimatske promjene kao problem, a vlade se obvezuju da neće dozvoliti da ljudsko djelovanje promijeni klimatski sustav. Nakon petogodišnjeg procesa pregovaranja, 1997. godine donosi se UN-ov Protokol iz Kyota u kojem se međunarodna zajednica po prvi put u povijesti dogovorila da će smanjiti upotrebu fosilnih resursa, odnosno da će razvijene zemlje smanjiti emisiju stakleničkih plinova za otprilike 5% do 2012., a zemlje u razvoju se obvezuju da će svoje razvojne putove pokušati uskladiti s problemima klimatskih promjena i razvijati se na održiv način. Protokol je stupio na snagu 2005. godine, a potpisalo ga je 170 zemalja. Daljnje mjere za zaustavljanje klimatskih promjena trebale su biti donijete na UN-ovoj Konferenciji o klimatskim promjenama održanoj u Kopenhagenu 2009. godine, no to se nije dogodilo. Stoga je Europska unija sama odlučila da do 2020. reducira emisiju stakleničkih plinova za 20%, što je danas najprogresivnija politika u svijetu. Rezultat takve politike je i pokazani rezultat u vrstama izgradnje elektrana, ali je pitanje koliko će brzo ići promjene, odnosno kada ćemo izaći iz "fosilnog doba", što izravno ovisi o politici.

Još jedan problem s kojim se svijet susreće u oslanjanju na fosilna goriva je tzv. "vrhunac nafte" (peak oil). Iako ne postoji znanstveni konsenzus oko ove teme, sve više institucija smatra da se može dogoditi raskorak između globalnih potreba i globalne proizvodnje nafte, jer se količina proizvedene nafte smanjuje. Moguće je da se dogode nestašice fosilnih goriva, poput naftnih šokova 70-ih u Europi koji su bili posljedica politike, ali su uzrokovali velike probleme, što je, pak, pogodovalo istraživanjima tehnoloških rješenja poput obnovljivih izvora energije.

Hrvatska energetska politika

Bivša energetska strategija usvojena 2002. nije predviđala potrebe za gradnjom termoelektrana na ugljen (do 2020.) i nuklearnih elektrana (uopće). Nova Energetska strategija (usvojena krajem 2009.) je izrazito lošija, budući da nudi gradnju dvije termoelektre na ugljen, otvara vrata gradnji nuklearne elektrane i odlagališta radioaktivnog otpada, provedbi projekta Družba Adria, a cilj od 20% obnovljivih izvora energije do 2020. pretvara u farsu uključivanjem velikih hidroelektrana među njih. Strategija, umjesto da nas priprema za predstojeću svjetsku energetska, financijsku i ekološku krizu na način da sa što manje energije kvalitetnije živimo i proizvodimo, gura nas u sve veću energetska rastrošnost i ovisnost. Osnovna manjkavost Strategije je što namjerno preuveličava procjene budućeg rasta potrošnje energije kako bi se stvorio privid nužnosti gradnje novih elektrana. Strategija se temelji na predviđenom stalnom godišnjem rastu BDP-a od 5%, (što je, nažalost, daleko od zbilje) i, kao rezultat toga, godišnjem porastu od 3,1% potrošnje energije u baznom scenariju. Tako po podacima Međunarodne agencije za energiju i prema "Strateškom okviru za razvoj 2006. - 2013." Hrvatska troši čak dvostruko više

energije po jedinici BDP-a od razvijenih EU zemalja. Hrvatska troši izuzetno velik dio svog nacionalnog BDP-a na zadovoljavanje energetske potreba. Procjena "ukupnog energetskeg nacionalnog računa" (*national energy bill*) za 2007. iznosi nevjerojatnih 6 mlrd eura, odnosno 17% tadašnjeg BDP-a. Povećanjem energetske efikasnosti za 20% građani i gospodarstvo Hrvatske godišnje bi smanjili trošak na uglavnom uvozne energente u iznosu od čak 1,2 mlrd eura, što je čak 3,5% BDP-a iz 2007. godine.²

Dok se Vlada i energetska poduzeća u vlasništvu RH namjeravaju intenzivno baviti gradnjom novih klasičnih elektrana, investicije i programi za korištenje obnovljivih izvora energije i energetska efikasnost ostavljaju se na inicijativu građanima i stranim investitorima. Takva politika dovodi do dramatičnog zaostajanja u korištenju obnovljivih izvora energije i domaćoj proizvodnji opreme u usporedbi sa zemljama članicama EU s kojima bi se Hrvatska trebala uspoređivati u svjetlu slične razine gospodarskog razvoja. U tablici 1. donosimo usporedbu korištenja ključnih izvora OIE za Hrvatsku i pet odabranih zemalja EU.

Pregled potencijala za OIE u Hrvatskoj

Sunčeva energija

*Prirodni i tehnički potencijal sunčeve energije u Hrvatskoj daleko nadmašuju naše sadašnje, ali i znatno veće buduće energetske potrebe.*³

Činjenica je da prirodni i tehnički potencijal sunčeve energije u Hrvatskoj daleko nadmašuju naše sadašnje, ali i znatno veće buduće energetske potrebe. Naime, analizom sadašnje iskorištenosti i namjene pojedinih dijelova zemljišta u Hrvatskoj, po svim korektnim procjenama, najmanje 3% površine kopnenog dijela Hrvatske (oko 1700 km² – što odgovara kvadratu sa stranicom nešto većom od 40 km) stoji na raspolaganju za smještaj termičkih ili fotonaponskih pretvornika sunčeve energije. Prekrrije li se trećina navedenog prostora fotonaponskim pretvornicima s pretpostavljenom efikasnošću od svega 10% godišnje, a ostatak termičkim pretvornicima sa zajamčenih 40% godišnje efikasnosti, dobiva se energija koja gotovo desetak puta prelazi današnju hrvatsku potrošnju.⁴

2 Zoran Morvaj (UNDP) "Effective implementation of energy efficiency policies", Zadar, 2007.

3 Strategija energetskeg razvika Republike Hrvatske, NN 38/02

4 Studija Brodarskog instituta u Zagrebu Za MINGORP, Mogućnost domaće industrije u proizvodnji uređaja i korištenju obnovljivih izvora energije, 2004.

Tablica 1:

	Sunce (električna en.) MW	Sunce (toplinska en. (ktoe))	Vjetar (električna en.) MW	Biomasa (električna en.) MW	Biomasa (toplinska en. (ktoe))
Hrvatska*	0,109	4,78	69,75	5,59	338,46
Bugarska	9	6	336	0	734
Češka	1650	7	243	113	1759
Grčka	184	216	1327	60	1012
Portugal	156	50	4256	647	2179
Slovačka	60	2	5	118	447

*Podaci za Hrvatsku su iz 2009. godine¹

1 EIHP za MINGORP, *Energija u Hrvatskoj-godišnji energetski pregled, Zagreb 2009.* i EEA - European Environment Agency, *Renewable Energy Projections as Published in the NREAP of the EU -27, 2011*

Energija vjetra

U siječnju 2011. u "Registru projekata i postrojenja za korištenje obnovljivih izvora energije i kogeneracije te povlaštenih proizvođača" (Registar OIEKPP) pri MINGORP prijavljeno je čak 178 projekata vjetroelektrana ukupne snage 5872,46 MW⁵

Tako velik broj prijavljenih projekata jasno govori o velikom prirodnom potencijalu energije vjetra za proizvodnju električne energije u Hrvatskoj, pogotovo što potencijal otoka i zaštićenih područja, te mogući potencijal off-shore instaliranih vjetroelektrana na Jadranu nije zastupljen u prijavljenim projektima.

Gruba procjena moguće godišnje proizvodnje sada prijavljenih projekata vjetroelektrana je oko 13 TWh, što je malo više od 2/3 današnje ukupne potrošnje električne energije u Hrvatskoj.

Iskorištavanje biomase

Biomasa je obnovljiv izvor energije, a čine je brojni proizvodi biljnog i životinjskog svijeta. Može se izravno pretvarati u energiju izgaranjem te tako proizvesti vodena para za grijanje u industriji i kućanstvima te dobiti električna energija u malim termoelektranama.

Republika Hrvatska, kao zemlja s velikim šumskim potencijalom (44% kopnenog šumskog teritorija), značajnom ulogom poljoprivrede te brojnim

5 Igor Raguzin, *Strateški i zakonodavni okvir za OIE u Republici Hrvatskoj, 2011.*

drvno-prerađivačkim pogonima, ima na raspolaganju znatne količine biomase različitog porijekla, koja se može koristiti za proizvodnju energije. Prema različitim prognostičkim scenarijima (razvoj poljoprivrede i šumarstva, uvođenje novih tehnologija i mehanizama podrške i sl.) očekuje se da će samo tehnički potencijal biomase u 2030. godini iznositi između 50 i 80 PJ.⁶

Misija programa Energetika i klimatske promjene je razvoj Hrvatske energetike u ekološki i socijalno održivom pravcu odnosno zamjenu fosilne i nuklearne energije lokalnim obnovljivim izvorima energije većinom u vlasništvu građana i domaćih javnih poduzeća. Ciljevi programa su da projektima i kampanjama pridonosi ubrzanju većeg korištenja obnovljivih izvora energije te povećanju energetske efikasnosti. Program se također aktivno zalaže za veće sudjelovanje javnosti u donošenju relevantnih odluka vezanih uz energetske politiku Hrvatske. Najvidljivije kampanje programa bile su SOS za Velebit, protiv gradnje termoelektrane na ugljen u Lukovu Šugarju 1998. – 1999. i kampanja protiv projekta Družba Adria. Najveći projekt unutar energetskog programa je **Solarna akademija**. Cilj tog projekta je uređenje centra za edukaciju na području zaštite okoliša, s posebnim naglaskom na metode javnog zagovaranja i tehnologije za korištenje obnovljivih izvora energije. Osim za edukativne aktivnosti, prvenstveno tjedne seminare i radionice, centar se koristi i za stručne skupove međunarodnih i domaćih institucija koje se bave zaštitom okoliša i promicanjem koncepta održivog razvoja. Centar se uređuje u objektu bivše vojarnje Vela straža na otoku Šolti, koju je na korištenje donirala Vlada Republike Hrvatske. Dugoročna obnova objekta planira se na pretpostavci produljenja postojeće odluke o 10-godišnjem korištenju objekta.

6 Studija Brodarskog instituta u Zagrebu Za MINGORP, *Mogućnost domaće industrije u proizvodnji uređaja i korištenju obnovljivih izvora energije, 2004.*



ZAŠTITA VODA

Sažetak predavanja Irme Popović Dujmović

Voda je vitalni element života na Zemlji, bez nje ne bismo mogli preživjeti, odnosno izdržati više od nekoliko dana. Ljudsko tijelo ima 60% vode, a neki organizmi i do 90%. Voda je također omogućila razvoj modernog društva; industrije i kućanstva, koje ovisi o vodi, a njezina dostupnost je i jedan od parametara koji određuju stupanj razvijenosti i kvalitetu života nekog društva.

Osnovni problemi s vodom u svijetu su njezina neravnomjerna rasprostranjenost, koja se očituje sušama i poplavama, što smanjuje mogućnost uzgoja nekih kultura, a posljedično i pojavu gladi. No, nije dovoljno samo imati vode, već je potrebno imati dovoljno kvalitetne (pitke) vode kako ne bi došlo do pojave bolesti. Na rezerve vode utječe preveliko korištenje za potrebe industrije, poljoprivrede i vodoopskrbe te onečišćenja koja stvaraju industrija, urbanizacija i poljoprivreda. Neprimjerenom sječom šuma na područjima s jakim vjetrom i kišama, kakva su, primjerice, jadranski otoci, izaziva se erozija tla.

Veliki problem je i postojeći trend regulacije vodotoka kanaliziranjem i

stvaranjem akumulacija za hidroelektrane, što znači da rijeke više nemaju svoj prirodni tok. Hidroelektrane se smatraju višenamjenskim postrojenjima, dakle kao njihova svrha ne navodi se samo proizvodnja energije, već i zaštita od poplava, vodoopskrba, navodnjavanje, regulacija režima malih voda, sport i rekreacija i dr. Ove višestruke dobiti koriste se kao argumenti pri izgradnji hidroelektrana, no one su zapravo i međusobna konkurencija – navodnjavanje, primjerice, traži puno vode, što smanjuje količinu vode za proizvodnju struje. U Hrvatskoj najviše hidroelektrana ima na jadranskom slivu, na kojem su iskorištene manje-više sve lokacije, a u planu je izgradnja još devet velikih i nekoliko stotina malih, primjerice dvije na Dravi i četiri na Savi. Male hidroelektrane se uglavnom rade na malim vodotocima što znači da imaju isti utjecaj kao i velike na velike vodotoke.

Hidroelektrane se promoviraju kao zelena energija, no kada se sagledaju posljedice koje one ostavljaju po okoliš, lako je uvidjeti da taj argument ne stoji. Naime, izgradnjom brane prekida se kontinuitet toka rijeke i stvara se akumulacijsko jezero koje potpuno promijeni životne uvjete uzvodno od brane kroz koju životinje ne mogu proći. Između ostalog, to negativno utječe na riblji fond, jer se ribe često sele, primjerice pri mriještenju. Brana također zaustavlja prolazak sedimenta koji bi prirodno trebao teći, što rezultira ukopavanjem rijeka ispod brane. Nizvodno se javljaju i dnevna kolebanja vodostaja, jer hidroelektrana u određenom trenutku ispušta vodu pa se nizvodno poveća njezina razina čak do metar i pol, što je vrlo neugodno za životinje koje žive u tom obalnom području. Nastala velika vodena masa utječe pak na mikroklimu područja koja postaje hladnija i s duljim razdobljima magle, što utječe na voće i poljoprivredu. Mijenjaju se i uvjeti tečenja podzemne vode, jer su one na mjestu akumulacije povišene, a nizvodno jako snižene, što često dovodi do problema u vodoopskrbi, utječe na poljoprivredu i sušenje šuma. Najveća opasnost je za biološku raznolikost.

Močvarna područja su područja najveće biološke raznolikosti, ali i najugroženija staništa zbog velike potrebe čovjeka za vodom pa neke zemlje više nemaju nijedno močvarno područje, a time nestaje i biološka raznolikost. Dinamika rijeke uvjetuje raznolika staništa; stvaraju se tzv. ekološke niše u kojima obitava velik broj vrsta i razvijaju se vrlo kompleksne i velike hranidbene mreže svih kategorija organizama koji ovisi o vodi. Vodeni ekosustavi su bogati šumama, a one utječu na zadržavanje vode (poplava/potoci), služe kao izvor hrane i sklonište, kao drvena masa, a značajne su i za održavanje umjerene klime, sudjeluju u pročišćavanju vode i zadržavanju sedimenta. Ako se ukloni šuma, vodeni ekosustavi su nestabilni i podložni nestajanju. Za Hrvatsku je važan i fenomen krša bogat faunom i geološki značajan.

Vode u Hrvatskoj

Hrvatska ima dobar biogeografski položaj, smještena je u Panonskoj nizini, na Dinaridima i Sredozemnom moru, te vrlo bogata biljnim i životinjskim vrstama, čiji je poznati broj veći od 30.000, ali ima velik broj nepoznatih pa se ukupni broj vrsta procjenjuje na 50.000 do 120.000. Također imamo velik broj endemičnih i reliktnih vrsta i podvrsta, od kojih se brojne nalaze u krškom području koje čini oko 50% površine Hrvatske. Naša je zemlja bogata i vodotocima, prirodnim i umjetnim, a njihova ukupna duljina iznosi oko 21.000 km raspoređenih na dva sliva – Crnomorski (veći vodotoci od međudržavnog značaja, gusta mreža) i Jadranski (manji, rjeđi, značajni podzemni tokovi, pogotovo u Lici). Prirodnih jezera je svega nekoliko i mala su po veličini, a veća jezera su akumulacije koje nisu toliko zanimljive za bioraznolikost. Posljednjih petnaestak godina u Hrvatskoj su zabilježeni pojačani trendovi suša i poplava, na koje su moguće utjecale i klimatske promjene, ali najvjerojatnije i trend reguliranja vodotokova. Kopački rit je, uz Lonjsko polje, ribnjak Crna Mlaka te donji tok Neretve, na popisu međunarodne Ramsarske konvencije koja želi zaštititi važna močvarna staništa.

Osim izgradnje hidroelektrana, najveći utjecaj na rijeke ima kanaliziranje, odnosno regulacija toka rijeka. Ono se počelo provoditi u zadnjih 200 godina uglavnom vezano za naseljavanje i intenzivno iskorištavanje zemljišta na poplavnim područjima radi poljoprivrede te zaštite od poplava i erozije. Kako prirodne rijeke tijekom godina mijenjaju svoj tok, a okolna vlažna područja nisu pogodna za poljoprivrednu proizvodnju, počela se provoditi melioracijska odvodnja. Tako je danas gotovo 80% močvarnih područja dunavskog sliva isušeno. Najintenzivnije kanaliziranje u Hrvatskoj se provodilo 1960.–1980.

Još jedan veliki problem je financijski vrlo isplativo iskopavanje sedimenta odnosno šljunka i pijeska. Intenzivna gradnja u Hrvatskoj posljednjih nekoliko godina uzrokovala je i intenzivno šljunčarenje, pri čemu su najviše stradale Sava, Kupa, Una, Drava, Dunav i Neretva. Godišnje se iskopalo više od tri milijuna m³ šljunka i pijeska, no to je vjerojatno samo ono što je prijavljeno, jer se, zato što je teško kontrolirati količine iskopanog sedimenta, često prijavljuje samo dio. Nevladine organizacije protestirale su protiv iskopavanja šljunka i pijeska na Dravi te se uspjelo u zakon unijeti zabranu komercijalnog iskopavanja sedimenta iz samih rijeka, ali se još uvijek može iskopavati u svrhu regulacija toka rijeke i navigacije. Radi zaštite od poplave i erozije, grade se obrambeni nasipi i obaloutvrde (obala rijeke se oblaže kamenjem), a radi plovidbe takozvana "transverzalna pera" – strukture koje usmjeravaju tok rijeke prema sredini – čime se rijeke pretvaraju u jednolični kanal te nema više dinamičnog sustava, prelijevanja i sl. Tipični primjer je Sava u Zagrebu, a posljedica je smanjena biološka raznolikost te dinamika i funkcije rijeke. Iskopavanjem šljunka također se produbljuje korito rijeke, tako je, na primjer, Drava kod Terezinog

Polja potonula tri metra. A ako potone nadzemni dio, pada razina podzemnih voda u okolnom području, što izaziva presušivanje bunara, sušenje šuma (hrast lužnjak, inače najvrednija ekonomska vrsta, koji ima plitki korijen jer prirodno raste u vlažnim područjima, suši se ako padne razina podzemnih voda), ali i poljoprivrednih površina koje ovise o kapilarnom navodnjavanju od podzemnih voda. Reguliranje toka voda utječe i na pojačanu eroziju na dijelovima rijeke s prirodnim obalama, a kad nema prostora gdje bi se vode razlile, razina voda se diže i dolazi do poplava.

Kako kanalizirana rijeka s nasipima i obaloutvrdama ima malu biološku raznolikost, europska Okvirna direktiva o vodama zalaže se za očuvanje prirodnih rijeka s meandrima, otočićima, prirodnom obalom, odnosno sa svojom prirodnom dinamikom i očuvanom biološkom raznolikosti.

Vodoopskrba i pitka voda

Prosječna opskrbljenost vodom iz vodovoda u Hrvatskoj iznosi 76%, što je bolje od svjetskog prosjeka koji je 54%, a dostava vode nije uvijek redovita čak i u najbogatijim zemljama. Neke arapske zemlje, primjerice, imaju vodu dva sata dnevno. 24% stanovnika Hrvatske vodu dobiva iz drugih izvora, primjerice bunara, (dok je u svijetu to 20%), a 16% iz nesigurnih izvora – izvora, potoka, rijeka, jezera. Gubici vode u sustavu su veliki, 40% u Zagrebu, 50% u svijetu. Dobro je to što u Hrvatskoj 90% vode u vodovodu potječe od podzemnih voda, jer tu vodu ne treba puno pročišćavati za upotrebu. Kvaliteta vode ovisi o više od 1000 mikrobioloških i fizikalno-kemijskih parametara koji se kod nas mjere u Zavodu za javno zdravstvo, a cijena je glavni limitirajući faktor za dostupnost vode za piće.

Na tržištu postoje brojne flaširane vode, od mineralnih do tzv. "stolne" vode – vode iz vodovoda koja je očišćena od klora i tretirana UV zrakama. Problem s vodom iz slavine je što se njezina kvaliteta kontrolira na mjestu gdje kreće u sustav i na hidrantima, no pretjerano pročišćavanje vode filterima za kućanstvo također nije poželjno jer se njime uklanjaju i potrebni minerali. U svakom slučaju, bolje je piti vodu iz staklenih nego plastičnih boca, jer je staklo inertno te piti vodu sa slavine jer je u većini slučajeva voda iz vodovoda sasvim zadovoljavajuće kvalitete.

Sve ljudske djelatnosti imaju utjecaj na okoliš, a tako dolazi i do onečišćenja voda. Razlikujemo **točkaste** izvore onečišćenja iz gradova i industrije i **raspršene** – od prometnica i poljoprivrede, odnosno **organska** onečišćenja (komunalne vode, industrija hrane) i **anorganska** (ostala industrija).

Radi zaštite kvalitete vode, uspostavljaju se vodozaštitna područja koja su podijeljena u nekoliko zona zaštite oko vodocpilišta. U prvoj zoni ne smije se raditi ništa što bi unijelo kemikalije u tlo ili vodu, ali ne bi treba-

lo biti ni prometnica, no to nije uvijek tako, pa se i zagrebački Jakuševac nalazi u prvoj zoni, a kroz vodocrpilište Mala Mlaka prolazi vrlo prometna prometnica.

Komunalne otpadne vode sastoje se od 90% čiste (pitke) vode i 10% onečišćivača (nutrijenti, kemikalije, papir, plastika, virusi, bakterije...) koji uzrokuju tifus, hepatitis, koleru. Komunalne vode su veliki onečišćivači koliformnim bakterijama i vrlo je opasno ako dođe do njihova miješanja s vodom iz vodoopskrbe, što potvrđuje i podatak da u svijetu 3-4 milijuna djece godišnje umre od dijareje. Priključenost na sustav odvodnje u Hrvatskoj iznosi 47%, te se radi na povećanju na 70%, za što se mogu koristiti sredstva iz pretpripravnih fondova EU. U Hrvatskoj se 20% komunalnih otpadnih voda pročisti na pročistaču (prije stavljanja u pogon zagrebačkog pročistača to je bilo svega 12%), no, primjerice, cijeli Novi Zagreb nije priključen na pročistač te otpadne vode idu izravno u Savu), dok je prosjek Austrije 87%, Slovačke 50%, Slovenije 30%, a Rumunjske 27%. Postoje tri stupnja pročišćavanja – mehaničko, kemijsko i biološko, no većina pročistača u Hrvatskoj ima jedan ili dva stupnja (Zagreb), odnosno 50% samo jedan, dok samo jedan pročistač u Hrvatskoj ima sva tri stupnja.

Pri rješavanju ovih problema i smanjenju njihova utjecaja prije svega bi se trebalo voditi **integriranim pristupom upravljanju vodama** koji se temelji na konceptu održivog razvoja. To je možda teško provediv, ali jednostavan sustav kod kojeg se uzimaju u obzir svi aspekti – i biološka raznolikost i interesi ljudi – što rezultira donošenjem odluka koje će odgovarati svima. Trebalo bi također provoditi renaturaciju rijeka, dakle pustiti ih da se šire na prirodan način i davati im više prostora za provođenje "servisa prirode". Tako močvarna područja sama pročišćavaju vodu, služe kao obrana od poplava, a smanjuje se i utjecaj klimatskih promjena. Za pročišćavanje otpadnih voda, pogotovo u manjim mjestima, trebalo bi koristiti biološke pročistače. Važno je i racionalno korištenje i štednja vode kao i svih drugih resursa te edukacija stanovništva s ciljem povećanja individualne odgovornosti, odnosno promjene svijesti i ponašanja javnosti. S obzirom na povezanost sustava, važna je i međusektorska i prekogranična suradnja.



OTPAD

Sažetak predavanja Marijana Galovića

Otpad je ključni i vidljivi pokazatelj koliko trošimo resurse, a samo SAD troši trećinu svjetskih resursa. Kada bismo svi trošili kao Amerikanci, trebali bismo na raspolaganju imati četiri planeta. No, ponajviše zbog toga što nerazvijene zemlje troše puno manje, globalno gledano, danas trošimo 130% resursa Zemlje. To znači da trošimo resurse većom brzinom nego što ih Zemlja može obnoviti i da se prema Zemlji ponašamo kao da imamo još jedan planet na raspolaganju, odnosno neodgovornim ponašanjem krademo budućnost naših potomaka.

Jedan dio rješenja tog problema je ponovna upotreba i recikliranje. Jedan

stanovnik Hrvatske proizvede dnevno 1 kg otpada, što je relativno malo u usporedbi s nekim zapadnim zemljama (primjerice, u Belgiji je to 2-3 kg). No reciklira se manje od 20%, što je malo u odnosu prema nekim gradovima u Italiji, SAD-u, Australiji ili Njemačkoj, u kojima se reciklira i više od 80% otpada i cilj im je da u budućnosti budu gradovi bez otpada. Ipak, to se može smatrati vrijednim rezultatom ako se uzme u obzir da 2005. nismo reciklirali ni 2%.

U prošlosti se sve što su ljudi koristili moglo ponovno upotrijebiti ili barem bez šteta vratiti u zemlju, pa otpad nije postojao. Početkom industrijske revolucije i pojavom gradova javila se potreba za stvaranjem odlagališta – odabirale su se lokacije, ali se vjerojatno nisu znale sve moguće posljedice – truljenjem smeća nastaju razni plinovi – ugljikovi, dušikovi i sumporovi oksidi, metan – odlagališni plin čiji jedan kg vrši utjecaj na klimatske promjene kao 21 kg ugljičnog dioksida, a procjedne vode koje se nakupljaju na odlagalištima u podzemlje unose zagađenja poput teških metala i drugih spojeva.

Na području Zagreba tlo donekle uspijeva filtrirati procjedne vode, no to tlo predstavlja potencijalnu ekološku bombu koja štetne spojeve svaki čas može otpustiti u podzemne vode. Na krškom području procjedne vode predstavljaju velik problem jer lako prodiru kroz tlo. Tako zagađena kaverna (izvor pitke vode) teško se može pročistiti. Drugi problem je što se odlagališta, zbog odlagališnih plinova, mogu spontano zapaliti pa se onda oslobađaju dioksini i furani te ostali postojani spojevi zagađivači, što znači da se vrlo teško ili gotovo nikako ne mogu rastaviti u jednostavnije spojeve i onda zagađuju biljke, a preko njih životinje i ljude.

Na saniranim odlagalištima postoje nepropusni brtveni slojevi koji one mogućavaju procjednim vodama da prodru u okoliš, a postoji i drenažni sustav koji skuplja vodu i odvodi je na pročišćavanje. Cijevi koje odvođe deponijske plinove koji se skupljaju u male elektrane i proizvodi struja te dodatni pokrov koji sprečava isparavanje i pretjerano nakupljanje oborinskih voda.

Najveći dio otpada čini kuhinjski biološki otpad, zatim papir, koža i kosti. Otpad postaje problem kad se sve ove vrste nalaze u jednoj kanti, jer ga je onda problem razdvojiti.

87 Hijerarhija gospodarenja otpadom

Prema hijerarhiji gospodarenja otpadom kako je ona definirana zakonom i propisima, najviše pažnje trebalo bi se posvećivati prevenciji nastanka otpada, a najmanje samom odlaganju. Međutim, u praksi to ne izgleda tako, pa se gotovo sav novac ulaže u odlaganje otpada. Odlagališta zakačaju dokaze, a spalionice ih spaljuju!

U odnosu na prethodne verzije, hijerarhija EU iz 2008. godine uvodi i ka-

tegoriju energetske uporabe, odnosno upotrebe otpada u svrhu proizvodnje energije spaljivanjem te povećava važnost recikliranja. U 20. stoljeću se tako govorilo o "gospodarenju otpadom", čiji je cilj bio rješavanje otpada s minimalnim utjecajem po zdravlje i okoliš". To je pogrešna definicija jer se pokazalo da neke stvari za koje smo mislili da nemaju utjecaj na okoliš imaju zapravo velik utjecaj, a danas probleme rješavamo tako da saniramo ono što smo krivo napravili. Stoga se zalažemo za "gospodarenje sirovinama", čiji bi cilj bio raspoređivanje i prerađivanje odvojenog prikupljenih materijala na način koji neće ugroziti buduće generacije. Ovaj sustav temelji se na prevenciji nastanka otpada, ponovnoj upotrebi i recikliranju/kompostiranju. Neka rješenja možemo provoditi i sami, ali nam to sustav mora omogućiti, primjerice, prikupljanjem otpada iz kućanstva u tri kante. Temelj gospodaranja sirovinama je odvojeno prikupljanje otpada iz kućanstva: u plavu kantu stavljaju se suhi reciklanti, u zelenu organski otpad, a u crnu sav ostali otpad.

Odvojeno prikupljanje otpada i recikliranje

Svi suhi reciklanti – plastika, staklo, papir, metali – mogu se stavljati u jednu kantu. Odvajanje je vrlo jednostavno: papir se u procesu odvajanja otpada lako otpuše, metali izvuku magnetom, aluminij drugim procesima, a staklo i plastika mogu se odvojiti na temelju razlike u težini.

Organski otpad prerađuje se kompostiranjem i vraća u zemlju. Moguće je raditi kućno kompostiranje, kompostiranje na otvorenom (kako se radi u Zagrebu) i kompostiranje u vertikalnim jedinicama koje ubrzava proces koji onda traje 15-20 dana, za razliku od jednostavnog kompostiranja koje traje dva mjeseca. Kompost se može koristiti u parkovima i šumama za poboljšanje kvalitete tla ili, ako je vrlo kvalitetan, za poljoprivrednu zemljišta.

Za zbrinjavanje ostalog otpada postoji nekoliko mogućih rješenja. Rješenje za koje se zalaže Zelena akcija je postrojenje za anaerobnu digestiju gdje se iz otpada izvlače korisni materijali te plinovi od kojih možemo proizvoditi energiju.

Prevenција nastanka otpada

Postoje dobri primjeri kako se može smanjiti nastanak otpada. Primjerice, uvođenje poreza na plastične vrećice u Irskoj, nakon čega one više nisu bile besplatne, već su koštale 25 eurocenta, rezultiralo je smanjenjem njihove potrošnje za 92%. Također postoje slučajevi zabrane upotrebe PVC-a u ambalaži i igračkama (Kalifornija), a zanimljiv je primjer tzv. "chicken project" iz belgijske pokrajine Flandrije, kada su gradske vlasti građanima kupile kokoši da bi jele organski otpad, poput ljuski krumpira. Još jedan način na koji vlasti mogu djelovati na prevenciju nastanka otpada su i zabrane dijeljenja besplatnih komercijalnih materijala za građane. Prema jednostavnom istraživanju Zelene akcije, građanin u jednoj godini dobije

oko 20 kg propagandnih materijala koje nije tražio, a većina ih ne reciklira. Kućno kompostiranje je nešto što možemo provoditi i sami.

Ponovna upotreba

Za razliku od nekih država Europske unije, u Hrvatskoj još uvijek postoje povratne boce. Putem centara za prikupljanje moguće je poklanjanje starog namještaja, robe, obuće, alata..., a neke trgovine nude mogućnost kupnje šampona i deterdženata bez ambalaže. Odnedavno na zagrebačkim tržnicama možete kupiti i mlijeko bez ambalaže (možete doći sa svojom bocom).

Pilot-projekt odvojenog sakupljanja otpada u Vrbovcu

Zelena akcija je provela ovaj projekt s ciljevima prilagodbe budućem sustavu naplate odvoza smeća "plati koliko baciš", odnosno povećanja stope reciklaže, smanjenjem otpada koji odlazi na odlagalište te povećanja ekološke svijesti građana i donosioca odluka. Nakon sastanaka s udrugama i lokalnim vlastima, informirali smo javnost na radionicama i predavanjima, ali i individualnim pristupom građanima, dijeleći po kućama obavijesti s terminima odnošenja otpada. U projektu smo primijenili najsuvremeniji pristup prikupljanja reciklata – na mjestu na kojem i nastaju, tj. od kuće do kuće. Ljudi su reciklate ostavljali na istom mjestu gdje i smeće, u posebnim vrećicama za tu namjenu, koje su onda odvozili komunalci. U prvom tjednu recikliralo je sedam od dvadeset kućanstava (100 ljudi), a poslije su se uključili svi. Kontrolom smo uvidjeli da je bilo svega dvije vreće pogrešno selektiranog otpada, čime se dokazuje da bi građani mogli reciklirati kada bi im se pružila mogućnost, odnosno da je neznanje lokalne uprave i komunalnih poduzeća glavni uzrok nedostatka reciklaže. U gradu Čakovcu ovaj projekt funkcionira; oni recikliraju ukupno 60% otpada i među najboljima su u Europi, a Zelena akcija sada pokreće projekt i u većem gradu – Osijeku.

Projekt sakupljačkog centra Vrbovec

Sakupljački centar Vrbovec zamišljen je kao mjesto na koje građani mogu donijeti sve svoje stare stvari – odjeću, obuću, namještaj, tehniku, odakle se servisira i prosljeđuje dalje ljudima slabijeg imovinskog stanja. Nastao je kao inicijativa VUM-a (Vrbovečka udruga mladih) i djeluje isključivo na volonterskoj osnovi. Smanjena je količina otpada, potiče se održivi razvoj i gospodarenje resursima. Ljudi donose svoju robu, aktivisti je sortiraju, poprskaaju antibakterijskim sredstvima i onda subotom, kad je centar otvoren, dolaze zainteresirani (dolazilo je barem 15 obitelji tjedno). Za taj projekt je Zelena akcija dobila nagradu Europske komisije Global Star Award 2009, a održana je i modna revija predizajnjirane odjeće. Ovo je jedno jednostavno i lako provedivo rješenje za smanjenje količine otpada.



ODRŽIVI PROMETNI SUSTAV

Sažetak predavanja Bernarda Ivčića

Negativni utjecaj prometa na okoliš

Većina ljudi danas je uglavnom upoznata s negativnim utjecajima koje motorni promet ima na okoliš kao što su utrošak energije, buka, vibracije i emisije ispušnih plinova koje uzrokuju onečišćenje zraka i klimatske promjene. Manje se važnosti pridaje činjenici da promet utječe na devastaciju prostora, a također treba uzeti u obzir i to da vozila nakon upotrebe postaju otpad koji treba zbrinuti.

Ispušni plinovi cestovnih motornih vozila sastoje se od kemijskih spojeva od kojih neki nemaju utjecaj na zdravlje čovjeka, neki, kao što je ugljični dioksid, nemaju izravni negativni utjecaj, ali posredno, uzrokujući klimatske promjene, imaju izrazito negativan utjecaj, dok su neki plinovi izravno štetni. Tako motorni promet sudjeluje (iako nije jedini uzrok) u zagađenju zraka koje utječe na smanjenje životnog vijeka čovjeka i ima udjel od 26% u ukupnoj emisiji stakleničkih plinova (29% otpada na energetska postrojenja, 18% na stanovanje, a 16% na industriju), dok od tih 26% daleko najveći udjel ima cestovni promet koji daje čak 82,9% emisije stakleničkih plinova u prometu, što čini 20% ukupne emisije stakleničkih plinova. Na zračni promet otpada manje nego na cestovni, tj. 11%, no to je posljedica

činjenice da se mnogo više služimo cestovnim prometom pa je i ukupna emisija plinova veća. Kada se uspoređi emisija plinova po jedinici mase ili po jednom putniku, zračni promet je, dakako, štetniji. U gradu Zagrebu, primjerice, gotovo ukupnu emisiju ugljičnog monoksida čini cestovni promet, dok u emisiji ugljičnog dioksida sudjeluje s 30%, što je malo više od svjetskog prosjeka (oko 26%). Iako s porastom svijesti o negativnom utjecaju prometa na okoliš automobili postaju sve više energetski učinkoviti, iz godine u godinu raste njihov ukupni broj tako da ukupne emisije plinova i dalje rastu. Na primjer, u Zagrebu svake godine ima oko 15.000 osobnih automobila više.

Kako osobni automobili stvaraju oko 12% od ukupne emisije CO₂, početkom 90-ih godina došlo se do zaključka kako se nešto treba promijeniti. Stoga je 1994. godine Europska unija predložila da se svim automobilima proizvedenim od 2005. ograniči emisija ugljičnog dioksida na 120 g/kg, što bi otprilike značilo da automobil troši maksimalno 4,5 l dizela odnosno 5 l benzina na sto kilometara. No, to nije učinjeno, a emisija CO₂ iz vozila je u razdoblju od 1990. do 2004. godine porasla za 26%, iako se ukupna emisija stakleničkih plinova u istom razdoblju smanjila za približno 5%.

Nakon što ta odluka nije provedena (godine 2007. novoprodukcijeni automobil emitirao je prosječno 158 g/kg CO₂), Europska unija donijela je njezinu ublaženu verziju – automobilima proizvedenim od 2015. godine treba se ograničiti emisija CO₂ na 130 g/km.

Cilj Europske unije je do 2050. smanjiti emisije stakleničkih plinova za 80% u odnosu na 1990. g., što je prema jednoj studiji izrađenoj za potrebe Europske komisije moguće, dapače čak za 89%, od čega bi se 36% odnosilo na tehnička dostignuća kao što su alternativna gnojiva i hibridni automobili, dok čak 53% čine "meke mjere" – primjerice razvoj javnog prijevoza, biciklističke staze, planiranje gradova, što znači da samo tehničke inovacije nisu dovoljne, već su potrebne radikalnije mjere.

Potrošnja energije

Kad se gleda potrošnja energije po putniku, osobni automobili u tome prednjače nad drugim vozilima, primjerice autobusima i vlakovima. U Hrvatskoj je stanje takvo da se i robe u velikom dijelu prevoze cestovnim putem pa je tako u samo pet godina – od 2004. do 2009. – prijevoz roba cestovnim putem porastao sa 50 na 63%. To je u potpunosti suprotnosti s europskim tendencijama definiranim 2001. u tzv. Europskoj bijeloj knjizi o prometu koja traži smanjenje cestovnog prometa u odnosu na druge oblike transporta, primjerice željezničkog, te da se organizira intermodalni transport, što znači da se u prijevozu tereta koriste barem dvije vrste prijevoza. To konkretno znači da se teret prevozi kamionom na kraće lokacije – npr. do željezničkog kolodvora, a potom željeznicom. Kod nas se to ne radi jer je željeznički prijevoz u lošem stanju – 90% pruga u Hrvatskoj ima samo jedan kolosijek, 36% pruga je elektrificirano, a 92% pruga ne dozvo-

ljava promet brži od 120 km/h. Stoga željeznica ne može konkurirati autocestama u brzini, pa se vlasnici tereta odlučuju na kamionski prijevoz. Takva situacija posljedica je i strategije ulaganja u prometnu infrastrukturu u RH koja je posljednjih deset godina bila usmjerena na izgradnju autocesta. Prema Nacionalnom programu ulaganja u željezničku strukturu trebala bi početi izgradnja nizinske pruge Karlovac–Rijeka, koja bi omogućila da vožnja vlakom između Zagreba i Rijeke traje oko jedan sat i petnaest minuta, što je čak malo brže od vožnje autocestom. Cijena izgradnje je 3,5 milijarde eura, no vrijeme povratka investicije je vrlo dugo. Trenutačno se radi na reviziji Strategije koja bi trebala donijeti veća ulaganja u razvoj željezničkog prometa.

Prema Strategiji prometnog razvoja Hrvatske iz 1999. za cestovni promet je planirano 40% od ukupnih ulaganja, da bi se, prema Programu ulaganja u prometnu infrastrukturu 2005.-2008. ostvarilo 68%, od čega se većina odnosi na izgradnju autocesta.

Tehničke mjere

Jedna od tehničkih alternativa fosilnim gorivima je biogorivo koje je nešto manje štetno za okoliš od konvencionalnih goriva, stoga je EU u Strategiji energetskog razvitka postavila cilj da do 2020. udio biogoriva u potrošnji benzina i dizela bude 10%, odnosno 5,75% u 2010, što nije postignuto; procijenjeni udio 2010. godine iznosio je 4,3%. Ono što je problematično kod uporabe biogoriva je to što, da bi se proizvele dovoljne količine, treba zasaditi ogromne poljoprivredne površine kulturama koje su i same prehrambeni proizvod čime se izravno utječe na povećanje cijene hrane. Stoga se sve više govori o proizvodnji biogoriva druge generacije dobivenih iz otpada, ostataka poljoprivredne proizvodnje i neprehrambenih lignoceluloznih materijala, odnosno treće generacije koja se proizvode iz nekih vrsta alga. Najveći problem kod ovako proizvedenih biogoriva je to što se nikako ne mogu proizvesti u količini koja bi pokrila potrebe za ostvarenje cilja od 10% ukupnog udjela. Etički nije upitna proizvodnja biogoriva od otpadnog jestivog ulja. Sustav prerade takvog ulja iz restorana funkcionira u Grazu, gdje se tako proizvodi biodizel za gradske autobuse. Prema anketi provedenoj na gospodarskim subjektima u Gradu Zagrebu s ciljem utvrđivanja potencijalnih količina otpadnog jestivog ulja i spremnosti sudjelovanja u njegovu organiziranom skupljanju 85% ispitanika je izrazilo spremnost na sudjelovanje u sakupljanju ulja, a potencijalna količina otpadnog jestivog ulja na području Zagreba i Zagrebačke županije je oko 1.400.000 l godišnje. Realno bi se danas moglo prikupiti oko 1.000.000 l ulja što bi nakon prerade bilo dostatno za pokretanje oko 30 autobusa godišnje, no to čini tek oko desetinu voznog parka ZET-a. Da bi se zadovoljile godišnje potrebe za pogon svih ZET-ovih autobusa, potrebno je oko 12.000.000 l dizela. Za tu količinu trebalo bi posijati uljanu

repicu na površini od oko 15.000 ha. Teško je reći je li ovo izvedivo, jer u Hrvatskoj ne postoji strategija proizvodnje hrane koja bi definirala količine su poljoprivredne površine potrebne za njezinu proizvodnju, pa da se onda procijeni ima li prostora i za ovu proizvodnju.

Cestovni promet u velikoj mjeri sudjeluje u stvaranju eksternih troškova prometa⁷, što je i razlog zašto je jeftiniji od, primjerice, željezničkog. No postoje mehanizmi za neutraliziranje ovog problema – moguće je provesti mjere internalizacije eksternih troškova, kao što su porez na kilometražu za teška teretna vozila, naknade za putničke automobile, ponajprije u gradskim područjima, porez na gorivo, dodatne mjere u cestovnome prometu, naknada za željezničku infrastrukturu, uporaba alternativnih izvora energije, politika parkiranja u gradovima (naplata). Neke od tih mjera primjenjuju se već i danas, a postoji i ideja o stvaranju multimodalnog financijskog fonda u koji će se prikupljati sav novac od eksternih troškova koji bi se onda koristio za financiranje projekata koji doprinose razvoju dugih modela prijevoza.

Kad se govori o mogućim rješenjima, govori se o tri moguće promjene: smanji, prebaci i unaprijedi (*avoid, shift, improve*). Smanjenje se odnosi na pretpostavku da će se smanjiti potreba za prijevozom ljudi i tereta, primjerice radom od kuće i uvrštavanjem ukupnih (eksternih) troškova u cijenu prijevoza, no tu je od iznimne važnosti i kvalitetno prostorno planiranje. Ono je od ključne važnosti i da bi se moglo "prebaciti" na ekološki prihvatljivije načine prijevoza, odnosno povećati njihov udio, jer je za to neophodna dobra infrastruktura. Tako se, primjerice, u Zagrebu ne može reći da javni prijevoz funkcionira dobro, jer je brzina tramvaja 11-13 km/h, a naglasak je na automobilskom prometu, pri čemu je prosječan broj putnika u automobilu 1,4. To konkretno znači da se za smještanje 50 ljudi u aute s poštivanjem sigurnosnog razmaka stvara kolona od 1 km, ispred semafora cca 215 m, a svi ti ljudi mogu komotno sjediti u jednom autobusu. Zanimljiv je podatak da je tijekom povijesti u gradovima putovanje s jedne strane grada na drugu trajalo otprilike isto (oko sat vremena) bez obzira na to koliko društvo bilo bogato. Drugim riječima, brži automobili ne smanjuju vrijeme putovanja, već povećavaju udaljenosti koje prelazimo da bismo došli do posla, trgovina i sl. Za poboljšanje, osim uvođenja restriktivnih mjera prema automobilima, treba razvijati infrastrukturu koja će poticati građane da koriste alternativne načine prijevoza. Kod prijevoza izvan gradova, gdje je moguće, umjesto zračnog prijevoza treba koristiti željeznički, a za prijevoz tereta željeznički i vodni promet.

⁷ Eksterni troškovi prometa – troškovi koji nastanu, ali ih ne plaćaju oni koji ih naprave, već čitava zajednica. Neke studije pokazuju da u EU ovi troškovi iznose čak 1-3% BDP-a
Prometne nesreće; Buka; Klimatske promjene; Onečišćenje zraka; Degradacija okoliša; Dodatni troškovi u gradskim područjima (odvajanje pojedinih vrsta prometa i nedostatak/oskudnost prostora); Način proizvodnje električne energije;

Nove tehnologije koje povećavaju energetska učinkovitost i time smanjuju negativan utjecaj na okoliš poput električnog automobila, hibridnih vozila, gorivih ćelija, manjih automobila i slično mogu nam pomoći da unaprijedimo promet na održiv način, no time nastaje drugi problem – povećava se broj automobila, grad reagira tako da gradi još prometnica, garaža i sl., odnosno usmjerava se na automobile. Posljedično, ljudi više koriste automobile, dodatno se povećava njihov broj i nastaje zagušenje. Stoga je nužno voditi računa o većoj popunjenosti automobila i elektrifikaciji željezničkih pruga kao mjerama unapređenja.

Dobar primjer kvalitetnog prostornog planiranja je nizozemski model oblikovanja grada s ciljem smanjenja korištenja automobila – The ABC location policy – koji podrazumijeva podjelu gradova na tri zone, ovisno o blizini stajališta javnog prijevoza. Zona A je lako dostupna lokalnom, regionalnom i nacionalnom javnom prometu (korištenje automobila od 10-20%), stoga tu ne treba graditi puno parkirališta i u njoj se preferira smještaj trgovina i ureda. Zoni B može se lagano pristupiti i javnim prometom i automobilom (udio automobila ne smije prelaziti 35%), a u nju se smještaju uredi, dok je zona C lako dostupna automobilom. Ona obuhvaća područja uz autoceste i tu se smještaju uglavnom tvrtke koje se bave prijevozom roba.

Kakva je situacija u Hrvatskoj, možemo vidjeti na primjeru Zagreba, čiji je Generalni prometni plan napravljen 1999. u kojem se predviđa izgradnja P&R parkirališta, čime bi se 2005. smanjio broj automobila koji dolaze u centar za 2200 dnevno. Na žalost, to se nije ostvarilo, pa se čak povećava i broj garaža u središtu grada, a prometne strategije razvoja nema. Također se povećava i broj vozila, pa tako Zagreb ima više vozila po stanovniku od Beča. Beč je to postigao prometnom strategijom u kojoj se razvija javni prijevoz. Još jedan prometni problem u Zagrebu je nepoštivanje žute trake, što bi se moglo riješiti njezinim fizičkim odvajanjem. Slično je i s biciklističkim stazama, čiji se broj u Zagrebu povećao, no neke su prilično loše napravljene i nefunkcionalne, a nema ni dovoljno parkirališta za bicikle. Laka željeznica se već godinama spominje kao moguće rješenje, no kako je za izgradnju potrebno od 600 milijuna do 1,4 milijarde eura, za sada su to samo planovi, kao što je neizvjesna i obnova sljemenske žičare. Taksi, koji se smatra oblikom javnog prijevoza, jer nema potrebe za parkiralištima, slabo se koristi zbog visoke cijene usluge.

ZELENA AKCIJA ZAHTIJEVA PROVOĐENJE SLJEDEĆIH MJERA ZA POBOLJŠANJE PROMETA

- a) unapređenje sustava javnog gradskog prijevoza koji mora biti brži, redovitiji, točniji, dostupniji i udobniji, čime bi se povećao i broj korisnika
- b) uvođenje *Park&Ride* sustava, tj. izgradnju besplatnih parkirališta za automobile uz tramvajske terminale i veća periferna željeznička stajališta
- c) zaustavljanje izgradnje novih javnih garaža u centru Zagreba
- d) gradnja javnih garaža na obodu gradskog središta
- e) daljnja izgradnja biciklističkih staza, njihovo povezivanje u smislenu cjelinu, uvođenje većeg broja parkirnih mjesta za bicikle u centru grada te ispred javnih institucija
- f) liberalizaciju pružanja taksi usluga kako bi došlo do njihova pojeftinjenja i većeg korištenja
- g) izradu *Strategije prometnog razvitka Grada Zagreba* koja bi se temeljila na pozitivnim iskustvima europskih gradova te na smjernicama *Europske Zelene knjige o gradskom prometu*
- h) metro.



ODRŽIVOST U PRAKSI

Sažetak predavanja Brune Motika

Permakulturni pristup održivosti u praksi

Koncept održivog razvoja može se primjenjivati na individualnoj razini, odnosno razini zajednica ili grupa u koje se pojedinci udružuju i pokušavaju provesti neke konkretne mjere. Jedan od pokreta koji daje praktična rješenja za probleme čuvanja ili mogućeg nedostatka resursa je permakultura koju ukratko definiramo kao održivi dizajn. Ona se temelji na filozofiji "pet elemenata" – vatra, voda, zemlja, zrak i nematerijalni "peti element" koji različite filozofije kojima su ljudi pokušavali sistematizirati sve što nas okružuju definiraju kao duhovnost, organizaciju, međuljudske odnose ili ljubav. Danas smo svjedoci problema sa svim elementima, što se u permakulturi naziva "pet katastrofa" – katastrofa vode, tla, energije, zraka i organizacije.

Rješenje svih problema permakultura vidi u "sadnji stabala", odnosno održivom dizajnu. Tako, primjerice, ako se kao jedan od najvećih problema današnjice izdvoje klimatske promjene, nastale zbog prekomjerne emisije CO₂ u atmosferu, stabla svojom sposobnošću apsorpiranja ovog plina utječu na smanjenje tog problema. Kako nije realno da se u stvarno-

sti posadi dovoljno stabala da bi se to postiglo, permakultura se bavi održivim dizajnom koji se temelji na principu stabla.

Održivost u stanovanju

Najjeftiniji energent je energija koju ne moramo proizvesti, stoga treba obratiti pažnju na njezinu uštedu. U kućanstvu to možemo postići jednostavnim mjerama energetske učinkovitosti – dobrom toplinskom izolacijom, brtvljenjem vrata i prozora kako bi se spriječio gubitak energije, ugradnjom barem dvostrukih stakala, izbjegavanjem toplinskih mostova i aktivnim ili pasivnim solarnim grijanjem te izbjegavanjem upotrebe uređaja poput klime, koji rasipaju energiju. U posljednjih četrdesetak godina sve se više govori o pasivnom solarnom dizajnu, odnosno projektiranju kuća na principu solarnog kolektora. Osim što su na njima primijenjene mjere energetske učinkovitosti, takve kuće imaju velike staklene površine na južnoj strani koje primaju veliku količinu sunčeva zračenja, a ušteda energije u njima iznosi i do 90%. Također se sve više govori o upotrebi prirodnih materijala, poput balirane slame, u graditeljstvu, kao i biotekuri u kojoj se biljke inkorporiraju u životni prostor koji obogaćuju i povećavaju estetsku vrijednost kuće, ali i poboljšavaju kvalitetu zraka i smanjuju potrošnju energije. Tako, primjerice, stvaraju prepreke vjetrovima, dok listopadno drveće posađeno s južne strane regulira količinu sunca koje prodire do kuće. Zeleni zidovi i krovovi tako djeluju kao izolacija. Samoodrživa kuća koja funkcionira na principu stabla – kao što stablo koristi sunce za proizvodnju klorofila fotosintezom, ova kuća sama proizvodi energiju pomoću solarnog fotonaponskog sustava i vjetrenjače te ima velike staklene stijene koje omogućuju bolje zagrijavanje te zbrinjava vlastiti otpad.

Obnovljivi izvori energije

Proizvodnja električne energije iz obnovljivih izvora polako se razvija i u Hrvatskoj, koja danas ima tri velike vjetroelektrane – na Pagu, kod Senja i Šibenika, no trebalo bi i putem poticaja financijski pomagati decentraliziranu proizvodnju električne energije u kućanstvima, kao što to već funkcionira, primjerice, u Sloveniji, gdje se dobivaju poticaji za ugradnju solarnih kolektora ili malih vjetrenjača. Kako to nije slučaj, ugradnja ovakvih sustava je još uvijek prilično skupa. Tako, na primjer, komercijalni sustav solarnih kolektora za proizvodnju tople vode košta 3000 € i više, no moguće je izgraditi ih i sam. Kad se govori o održivosti u upotrebi vode, treba napomenuti da s današnjim centraliziranim sustavom imamo malo veze s vodom s kojom direktno dolazimo u doticaj. Tako kišnica u većini slučajeva odlazi u kanalizaciju, a potom u rijeke preko sustava pročištača koji troše mnogo energije, a i stvaraju nusproizvod mulj koji onda, kao toksični otpad, treba zbrinjavati. To se može izbjeći izgradnjom sustava za skupljanje kišnice koja se u sušnim krajevima od davnina skuplja i koristi

kao voda za piće, a ako nije dovoljno dobre kvalitete, za pranje. Također je moguća izgradnja sustava za pročišćavanje otpadnih sivih voda (voda od pranja) iz kućanstva koje se relativno lako mogu pročistiti pomoću prirodnih pročištača – biljka močvarica. Crne vode (vode od ispiranja WC-a) u idealnom bi slučaju trebalo izbjeći upotrebom kompostnih WC-a bez vode te tako dobivamo gnojivo, a tehnika kompostiranja može se primjenjivati i u zbrinjavanju biootpada koji čini 30% ukupno proizvedenog otpada.

Jestivi krajolici

Predstavljaju potpuno drugačiji pristup hrani od kupnje u supermarketima, odnosno proizvodnju vlastite hrane. Tako su, na primjer, stanovnici Kube uslijed ekonomskog embarga koji im je uveo SAD 1960. godine bili prisiljeni proizvoditi vlastitu hranu čak i na gradskom području, što je rezultiralo time da se danas hrane gotovo 90% organski uzgojenom hranom. Pored uzgoja hrane u vrtovima, u permakulturi se koriste i tehnike izrade šumskih vrtova, odnosno sadnje različitih biljnih vrsta na ograničenom, čak i malom području. Ovakvi vrtovi temelje se na sadnji trajnica, što iziskuje minimalni rad. Još jedna tehnika koja se koristi u permakulturi su i akvakulture.

U šumskim vrtovima postoji vertikalna orijentacija, što znači da se sade stabla i grmlje, a ne samo povrće.

Male stvari koje čine razliku

Ušteda energije:

- brinuti o potrošnji uređaja i da uređaji budu u skladu s potrebama
- kupovati uređaje A+ energetske klase
- koristiti uređaje koji štede energiju
- pažljivo dizajnirati rasvjetu
- gasiti *standby* uređaje
- koristiti javni prijevoz i bicikl.

Ušteda vode:

- jednostavno zatvarati vodu kada je ne koristimo
- provjeravati vodokotlić i gumene brtve na pipama
- koristiti vodu dvaput (recikliranje vode).

Odgovorno kupovanje:

- izbjegavati proizvode multinacionalnih korporacija
- smanjiti kupovanje na minimum
- kupovati lokalno proizvedene proizvode
- u što većoj mjeri kupovati organski uzgojenu hranu
- izbjegavati nepotrebnu ambalažu
- kupovati fair-trade proizvode
- promijeniti prehranu (smanjiti ili izbaciti konzumaciju mesa te jesti sezonsku hranu proizvedenu lokalno).

Odvajanje otpada:

- odvajati staklo, papir, baterije, plastične boce i limenke
- u reciklažnim dvorištima zbrinjavati drvo, stari namještaj, stiropor, stare kućanske aparate (hladnjaci, perilice...), elektronički otpad, lijekove i druge vrste plastike osim PET.



PERMAKULTURA I HRANA

Sažetak predavanja Sunčane Pešak

99

Problemi industrijskog načina proizvodnje hrane

Permakultura je praktičan pristup ljudskom životu koji podržava sve što je održivo, a čije su osnovne postavke briga za čovjeka, briga za okoliš i očuvanje života u svojoj cjelovitosti. Naglasak je na proizvodnji i odgovornoj potrošnji i praktičnosti. Najveći problem današnje proizvodnje hrane je u tome što je ona štetna za okoliš; poljoprivreda je jedan od najvećih zagađivača današnjice. U masovnoj proizvodnji uzgaja-

ju se uglavnom monokulture, prekomjerno okrupnjavanje i teška mehanizacija pritišću tlo i dugoročno je takav sustav neodrživ. Argument za takvu proizvodnju je smanjenje gladi odnosno zadovoljavanje globalnih potreba za hranom, no većina tako proizvedene hrane proizvodi se u razvijenim zemljama, gdje se mnogo hrane i baca (u SAD-u se, primjerice, prema nekim podacima baca i do 40% proizvedene hrane), dok s druge strane u nerazvijenim zemljama ljudi gladuju. 80% siromašnih i pothranjenih u svijetu su ljudi koji žive na selu, odnosno ljudi koji proizvode hranu. Osim što zagađuje okoliš (potrošnja vode, prateća kemijska industrija), masovna proizvodnja utječe i na klimatske promjene, jer je ovisna o fosilnim gorivima koja se koriste, primjerice, za pogon mehanizacije, preradu i transport hrane. Osim toga, smanjuje se plodnost tla i raspoložive površine, a narušena je i etika proizvodnje (genetički inženjering, biopiraterstvo, mesna industrija). Sve to kvalitetu tako proizvedene hrane čini upitnom. Za proizvodnju takve hrane potrebno je uložiti deset puta više energije nego što nam ona na kraju pruža, što je čini upitnom i s aspekta energetske učinkovitosti.

Poljoprivredne površine danas se smanjuju zbog izgradnje prometnica, a time se još i dodatno zagađuje tlo i hrana u kojoj se nakupljaju teški metali kao i ostaci pesticida i mineralnih gnojiva koji se koriste u sve većim količinama jer štetnici postaju sve otporniji na njih. Sve to smanjuje bioraznolikost i ravnotežu ekosustava. Otpad također izaziva veliki problem u poljoprivredi – pored toga što se biootpad više ne koristi kao gnojivo, sve su veći trendovi pakiranja u ambalažu čime se stvara dodatna količina otpada.

Proizvodnja hrane sudjeluje u ekološkom otisku s jednom trećinom, što obuhvaća samo površinu potrebnu za proizvodnju hrane, čemu treba pridodati još i površinu potrebnu za apsorpciju plinova nastalih transportom do korisnika te proizvodnju sredstava za proizvodnju. Ekološki otisak povećava konzumacija uvoznih proizvoda (zbog prometa) te konzumacija mesa, mesnih i mliječnih prerađevina i jaja, jer je za tu proizvodnju potrebna dvostruko veća površina nego za proizvodnju povrća ili žitarica.

Ekološka poljoprivreda

Ekološka proizvodnja je skuplja jer je potrebno više rada, što se može stimulirati državnim poticajima. U Hrvatskoj su poticaji za ekološku proizvodnju dovoljni tek da pokriju troškove kontrole koju zahtijeva ekoproizvodnja, no još uvijek se može kupovati lokalne i sezonske proizvode od poljoprivrednika koji ih proizvode na tradicionalni način. U svijetu postoje grupe solidarne potrošnje u koje se ljudi mogu organizirati i razmjenjivati proizvode ili čak sudjelovati u proizvodnji volonterskim radom. Proizvodnja lokalne hrane donosi uštedu, rekreaciju, druženje, a dobivamo i zdraviju hranu, što nam omogućuje prehranu prilagođenu vlastitim potrebama, dok kontakt sa zemljom donosi pozitivan utjecaj na psihološko

stanje. Treba imati na umu da kupnjom podržavamo određeni način proizvodnje i stil života. Sve to također utječe na smanjenje ekološkog otiska i smanjenje globalnog zagrijavanja.

Proizvodnja vlastite hrane moguća je na privatnom zemljištu, ali i udruživanjem u zajednici i zauzimanjem javnih prostora gdje se stvaraju zajednički vrtovi i voćnjaci, školski vrtovi, što se naziva gerilskim vrtlarenjem. Razvijen je i pokret prikupljanje otpada na tržnicama i iz otpadaka trgovačkih centara, što je i u Hrvatskoj prisutno, iako ne iz ekoloških razloga, već zbog siromaštva. Kod proizvodnje vlastite hrane ključno je procijeniti vlastite potrebe, želje i mogućnosti – koliko se vremena može i želi posvetiti svojem vrtu, hoće li to biti proizvodnja isključivo za vlastite potrebe ili komercijalna proizvodnja, vegetarijanski ili mješoviti sustav te hoćete li se odlučiti za urbanu permakulturu ili život na selu.

Uzgoj hrane u permakulturi

U permakulturi je osnovna inspiracija priroda, u kojoj je sve povezano, a otpad ne postoji (kruži u prirodi). Biljke i životinje žive u harmoničnim zajednicama u kojima vlada raznolikost, partnerstvo i dinamična ravnoteža, a tlo je uvijek prekriveno. Tako se permakultura oslanja na šest načela ekosustava Fritjofa Capre, odnosno vodi se računa o cjelovitosti i međusobnoj povezanosti elemenata sustava. Kulture se ne sade odvojeno kao u tradicionalnoj poljoprivredi, već na jednom području postoje sve vrste kultura. Na tom principu se temelji šumski vrt u kojem imamo i penjačice i voćke i grmlje, što je posebno pogodno za urbanu permakulturu. Permakulturni vrtovi se rade na malim površinama, do 10 ha, a kombiniraju se elementi, primjerice, povrće raste ispod drveća. Jedan od temelja je čuvanje starih sorti sjemenja.

U industrijskoj poljoprivrednoj proizvodnji se proizvodi i sjeme, čime se gube brojne sorte koje su bile svojstvene upravo određenom podneblju. Stoga je od velike važnosti njihovo očuvanje, što se postiže čuvanjem sjemena od uzgojenih biljaka i razmjenom s drugim uzgajivačima. Iako postoje i "banke" za čuvanje sjemena, tako pohranjeno sjeme gubi na klijavosti, stoga se sjeme najbolje čuva tako da se iznova koristi.

Principi permakulture:

Racionalnost i štednja resursa

Svaki element ima više funkcija

Svaku funkciju podržava više elemenata – raznolikost, kruženje

Svaki element potpomaže druge elemente – mreže

Učinkovito planiranje energije – razmještaj elemenata prema zonama

Oblikovanje u humanim mjerilima i proporcijama.

Planiranje po zonama

Radi učinkovite primjene energije, elementi se raspoređuju po zonama.

Zona 0: Prozorske daske, balkoni, lonci, krovovi

- Cilj je da hrana gotovo sama ulazi u tanjur
- Nisko začinsko bilje za sadnju u lonce: timijan, bosiljak, kadulja, peršin i celer listaš, metvica, vlasac, kres, salata
- Presadnice za vrt
- Klice
- Kućni uzgoj gljiva
- Jestive penjačice.

Zona 1: Začinska gredica i mali vrt uz kuću

Ljekovito i začinsko bilje: timijan, matičnjak, origano, mažuran, bosiljak, kopar, komorač, češnjak, vlasac, kadulja, borač, neven...

- Salate: zelena salata, endivija, radič, matovilac, rukola, mini rajčice...
- "Grincajg": peršin, mrkva, celer, korabica, kelj.

Zona 2: Vrt i voćnjak

Vrt funkcionira kao jestivi životni prostor, ali i dječje igralište.

U ekološkom vrtlarenju primjenjuju se sljedeći postupci:

- Malčiranje – prekrivanje tla oko biljke slamom, čime se čuva vlaga, a tlo je rahlo tako da ga ne treba prekopavati niti gnojiti
- Izrada komposta – zbrinjava se otpad i stvara humus za gnojidbu
- Štedljivo korištenje vode
- Ekološka zaštita bilja kojom se ne zagađuje tlo pesticidima i sprečava stvaranje otpornosti štetnika, koristi se ljekovito bilje, primjerice preslica i kopriva
- Mješovite gredice – hren se, na primjer, sadi s krumpirom jer smanjuje napade krumpirove zlatice
- Plodored – izmjena sadnje kultura tijekom godina, pri čemu se jedan dio zemlje obnavlja, koristi se na većim površinama
- Promijenjen odnos prema korovu – nema jakih herbicida
- Sađenje voćki posvuda.

Zona 3: Njive i pašnjaci

Obrada tla na njivama je reducirana ili potpuno ukinuta, koristi se plodored, a manje iskoristiva tla služe za uzgoj životinja, što je onda povezano s ostatkom proizvodnje.

Zona 4: Livade, pašnjaci, šume

Služe nam kao resurs za sakupljanje jestivog samoniklog bilja i gljiva, ekstenzivni uzgoj životinja i uzgoj gljiva.

Zona 5: Divljina

Šume, močvare, rijeke, poludivlji ekosustavi livada i pašnjaka, živice, šikare i soliterna stabla. Divljinu također možemo stvoriti i "na kućnom pragu", primjerice, ručnom košnjom livada. Izradom plitkih jezerca stvaramo stanište za žabe koje su nam pomoć u borbi protiv puževa, a kućicama za ptice, kao i sadnjom živica, pomažemo u očuvanju staništa ptica. Također možemo izraditi hotele za kukce koji im služe za prezimljavanje.

Berba i skladištenje proizvoda

Najbolje je upotrijebiti ih svježe. Moguće je proizvoditi hranu u staklenicima i plastenicima tijekom cijele godine, no ne svu hranu, stoga se hrana može čuvati na različite tradicionalne načine poput sušenja biljaka i čuvanja u trapu.

Također je važno i zbrinjavanje otpada, treba smanjiti količinu ambalaže i plastičnih vrećica, odvajati otpad i koristiti kompostiranje za zbrinjavanje organskog otpada.

PREPORUČENE POVEZNICE

ZELENA AKCIJA www.zelena-akcija.hr

ZELENI FORUM <http://www.zeleni-forum.org/>

PORTAL EKOLOGIJA <http://www.ekologija.hr/news>

FRIENDS OF THE EARTH EUROPE <http://www.foeeurope.org/>

FRIENDS OF THE EARTH INTERNATIONAL <http://www.foei.org/>

Videozapisi predavanja ekoseminara http://zelena-akcija.hr/hr/multimedija/video/jesenski_eko_seminar_2010

ECOLOGICAL FOOTPRINT <http://www.myfootprint.org/>

Seeds for Change <http://www.seedsforchange.org.uk/free/resources>

O kampanjama <http://campaignstrategy.org>

AVAAZ <http://www.avaaz.org/en/>

The Ecologist <http://www.theecologist.org>

350.org <http://www.350.org/>

Permaculture Activists <http://permacultureactivist.net/articles/articles.htm>

Guide to the Millennium Assessment Reports <http://www.maweb.org/en/index.aspx>

IMPRESSUM

Uredništvo: Jagoda Munić, Gordana Dragičević,
Anka Munić, Luka Tomac, Tomislav Tomašević

Grafičko oblikovanje: Tomislav Turković

Izdavač: Zelena akcija
Naklada: 2000 kom


ISBN-10: 953-6214-22-9
ISBN-13: 978-953-6214-22-8
EAN: 9789536214228

Godina izdavanja 2012.


ZELENA AKCIJA
FRIENDS OF THE EARTH CROATIA

Frankopanska 1, pp 952, 10000 Zagreb
tel./fax: +385 1 4813 096
za@zelena-akcija.hr / www.zelena-akcija.hr

MATRA
PROGRAM MINISTARSTVA
VANJSKIH POSLOVA
KRALJEVINENIZOZEMSKJE

 Nacionalna
zaklada za
razvoj
civilnoga
društva