

Uvod u
GREEN FILM:
Vodič ka ekološki
održivoj produkciji

O PRIRUČNÍKU I PROJEKTU

Klimatske promene, kao dugoročni izazov sa kojim se susreće današnje društvo, nameću pitanje njegove sveobuhvatne transformacije, pa tako i neophodne promene u polju kulture i umetnosti. Ovaj priručnik orijentisan je ka podsticanju doprinosa organizacija u polju kulture i umetnosti u ostvarivanju globalnih ciljeva u vezi sa zaustavljanjem dalje eskalacije ovog problema. Predstavlja podršku za integraciju odgovarajućih rešenja u kontekstu suočavanja sa negativnim posledicama klimatskih promena i reagovanja na njih, kao i mogućih rešenja u smislu minimizovanja doprinosa kulturne produkcije na dalju ukupnu degradaciju okruženja u kome globalno društvo funkcioniše.

Cilj priručnika je da doprinese razumevanju neophodnosti i saznavanju realnih mogućnosti *zelene transformacije* u procedurama rada, naslanjajući se na aktuelne politike, poput usvojenih strateških dokumenata nacionalne regulative i Evropske unije (uključujući i međunarodne sporazume kao što su Pariski sporazum i Sofijska deklaracija), kao i iskustva dosadašnjih uspešnih evropskih i vanevropskih praksi. Usvajanjem smernica iz priručnika iniciraju se unutrašnje promene koje se odnose na načine rada produkcijskih kuća – usvajanje ekološki održivih radnih procedura, ali i značajne promene spoljnog delovanja polja – redefinisavanje društvene uloge umetnosti i kreativnih industrija kao agenta promena, kroz animaciju publike i šire zajednice, te podsticanje njene participacije u sadržajima koji se bave ovom temom.

Priručnik *Uvod u green film – vodič ka ekološki održivoj produkciji* deo je projekta *Green Art Inkubator*, čiji su ciljevi:

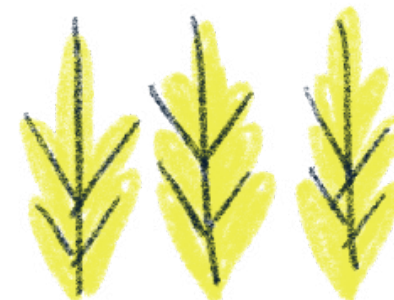
- umrežavanje aktera iz polja kulture i umetnosti zainteresovanih za procese „zelene transformacije”,
- obezbeđivanje edukacije i osnaživanje organizacija na temu ekološki održivog poslovanja u ovom polju,
- afirmacija, u široj javnosti, značaja procesa ublažavanja klimatskih promena i prilagođavanja na njih, sa posebnim fokusom na publiku izvođačkih, audio-vizuelnih i vizuelnih umetnosti.

Kroz različite faze i formate delovanja – od istraživanja, preko obuke, do primene stečenih znanja i konačno kroz upotrebu seta priručnika namenjenih svakoj pojedinačnoj oblasti obuhvaćenoj Projektom, GAI na inovativan i komunikativan način podstiče stvaranje platforme za okupljanje kulturnih aktera i umetničkih inicijativa koje će uvažavati principe zelene tranzicije. Istovremeno, projekat pledira na podizanje svesti šire publike o značaju pitanja u kontekstu klimatske krize, te pruža strateško usmerenje resoru kulture u pravcu sopstvenog aktivnijeg uključivanja u ove procese i uključivanje zajednice u iste.

**KAKO DA
KORISTITE OVAJ
PRIRUČNIK**

Priručnik je koncipiran tako da omogućí upoznavanje sa problemom klimatske krize, načinima na koje ona utiče na audio-vizuelno stvaralaštvo i aktivnostima koje audio-vizuelne produkcije mogu preduzeti u tom kontekstu. Nakon prva dva – uvodna dela o klimatskoj krizi i *zelenoj transformaciji* u filmskom i TV stvaralaštvu, prikazane su konkretne smernice i uputstva koja se odnose na promene organizacione kulture, te promene koje treba da vode prelasku na produkcioní model *ekološki održivog filma*. Na kraju priručnika ponuđen je pregled važnih pojmova i koncepata u ovom kontekstu i linkova za dodatne informacije.

Nadamo se da će vam priručnik biti koristan i jednostavan za korišćenje, te da će podstaći vaše produkcijske kuće na dugoročni i uzbudljiv proces zelene transformacije. On svakako donosi puno izazova i zahteva, ali i nove prilike za inovaciju, kreativno delovanje, saradnju i uspostavljanje snažnije uloge filmske umetnosti u zajednici.



Autori priručnika: dr Jovana Karaulić, dr Ksenija Marković Božović, dr Vladimir Đurđević

Donator projekta Green Art Incubator: Fondacija za otvoreno društvo

Partneri na projektu: Fakultet dramskih umetnosti, Fizički fakultet Univerziteta u Beogradu, SCEN – Studije scenskog dizajna Tehnički fakultet Novi Sad, Smart Kolektiv, SeeCULT platforma

Dizajn priručnika: Andreja Lepir

Lektura: dr Biljana Mitrović

Koordinator projekta: Tijana Mićanović

Beograd, 2022.

UVOD U
GREEN FILM:
VODIČ KA EKOLOŠKI
ODRŽIVOJ PRODUKCIJI



SADRŽAJ

1 KLIMATSKA KRIZA

2. ZELENA TRANSFORMACIJA U AUDIO-VIZUELNIM DELATNOSTIMA

Ka održivom filmu

Principi zelene transformacije audio-vizuelnih delatnosti

Presek stanja održivosti audio-vizuelnog sektora u Srbiji

3. ZELENA TRANSFORMACIJA ORGANIZACIONE KULTURE I OPŠTIH RADNIH PROCEDURA

Kreiranje plana zelene transformacije

Formiranje akcionog plana

Mapiranje resursa i podrške

Saveti za lidere

Praktične aktivnosti – marketing, opšti poslovi, svakodnevni život produkcije

Promocija, marketing i komunikacija (zelenija štampa i oglašavanje)

Opšte praktične aktivnosti

4. ZELENA PRODUKCIJA – ODRŽIVA PRODUKCIJA

Šta je zelena produkcija?

Osnovna načela održive produkcije u audio-vizuelnim delatnostima

Praktične aktivnosti i principi primene zelene transformacije

PREGLED VAŽNIH POJMOVA I KONCEPATA

DOKUMENTI I KORISNI LINKOVI

1. KLIMATSKA KRIZA

Od početka industrijske revolucije, koncentracija ugljen-dioksida u atmosferi porasla je za 50%.¹ Porast je prvenstveno vođen njegovom nekontrolisanom emisijom usled sagorevanja fosilnih goriva, uglja, nafte i gasa, kao osnovnih energenata savremenog društva. Ova promena u koncentraciji ugljen-dioksida dovela je do zagrevanja planete, koja je trenutno, u odnosu na drugu polovinu devetnaestog veka, u proseku toplija za 1,19°C.² Naizgled malo zagrevanje pokrenulo je niz drugih promena u klimatskom sistemu Zemlje, koje savremeno društvo i prirodu koja nas okružuje uvode u zonu povećanih rizika. Rizici već jesu, a tek će biti, prepreka za nesmetani razvoj društva kao i za normalno funkcionisanje prirodnih sistema. Sve češći i jači toplotni talasi, poplave, suše, požari, degradirana zemljišta i narušeni ekosistemi jasno ukazuju da kao društvo ne idemo u dobrom smeru. Zato ne treba da nas čudi da sve češće govorimo o klimatskoj krizi, a ne klimatskim promenama.

Ovo je i razlog okupljanja svih zemalja sveta 2015. godine u Parizu, kada je potpisan po mnogo čemu jedinstveni sporazum. Prema Pariskom sporazumu, zemlje potpisnice obavezale su se da smanjenjem svojih emisija ograniče dalji porast globalne temperature značajno ispod 2°C, te da će uložiti dodatne napore da on potencijalno ostane ispod 1,5°C. Postavljanjem ove granice globalnom društvu uspostavljen je imperativ da se fosilna goriva više ne koriste, te da globalne emisije budu jednake nuli sredinom ovog veka. Sa druge strane, ukoliko se postojeći trend nastavi, granica od 1,5°C biće pređena već 2034. godine,² zbog čega je smanjenje emisija urgentni zadatak koji treba ugraditi u svaki aspekt života društva i pojedinca.

¹ <https://keelingcurve.ucsd.edu/>

² <https://cds.climate.copernicus.eu/cdsapp#!/software/app-c3s-global-temperature-trend-monitor?tab=app>

2.

ZELENA

TRANSFORMACIJA

U AUDIO-VIZUELNOM

SEKTORU

Sveukupno prisutna i intenzivno promovisana ideja je da umetnost i kultura mogu dati značajan doprinos uvećanju vidljivosti i boljem društvenom razumevanju problema aktuelne klimatske i ekološke krize.³ Redefinisanje savremene paradigme kulture kao „moćnog mesta za promišljanje klimatske krize” zahteva strateški rad na sprovođenju *eko-zaokreta* institucija, organizacija i produkcija u ovom polju, zbog čega je na globalnom planu prisutno sve više zelenih programskih i produkcionih pristupa. Međutim, srpska kulturna i umetnička produkcija i dalje imaju vrlo skromna iskustva u kontekstu ekologije, što nedvosmisleno ukazuje na potrebu za osnaživanjem kulturnih aktera u ovom pravcu.

³ Chaudhuri, Una. "Research theatre." *Research Theatre, Climate Change and the Ecocide Project: A Casebook*. Palgrave Pivot, New York, 2014. 1-21.

KA EKOLOŠKI ODRŽIVOM FILMSKOM I TV STVARALAŠTVU

Pravce kretanja ka ekološki održivom filmskom i TV stvaralaštvu moguće je identifikovati u brojnim, inovativnim praksama organizacija poput Green Film, Ever Green Prisma, *Ecostage* itd.

Međutim u strateškom planiranju procesa zelene transformacije srpskih produkcija u ovom polju od podjednake važnosti je lokalni socio-ekonomski kontekst, tržište i pravno-regulativni okvir koji određuju prava, obaveze i mogućnosti *ekološkog delovanja* privrednih subjekata, načine finansiranja i uređenja kulturno umetničke produkcije, te mesto i ulogu audio-vizuelnog sektora u srpskom društvu. Važno je i izbeći *zamku* prevelikih očekivanja jer je jasno da audio-vizuelna oblast ne može da utiče na konačno rešenje problema sa kojima se suočavamo u kontekstu klimatske krize, ali ne sme se dozvoliti ni podcenjivanje njegovog doprinosa u društvenom razumevanju ove teme.

Izvesno je da su pred nama brojne zakonske promene u kontekstu

postizanja ekološki održivog načina poslovanja, zbog čega je važno da audio-vizuelne produkcije na vreme prepoznaju rizike koje ove promene mogu imati u kontekstu načina njihovog rada. Pri tome, strateške aktivnosti u ovom pravcu, poput prelaska na režim redukovanja potrošnje energije, ponovno korišćenje i razmena materijala i sl., mogu voditi značajnim uštedama, kao i refokusiranju sa resursa jedne organizacije na celokupni sistem, te iniciranju novih oblika saradnje. Međunarodna audio-vizuelna zajednica u različitim segmentima svog delovanja već primenjuje principe zelene transformacije, kako sa stanovišta strategija finansiranja tako i u kontekstu programskog oblikovanja festivalskih repertoara. Projekti koji u svoje procedure rada ugrađuju principe zelene agende osnažuju osećaj timskog rada i doprinosa projektu, što utiče na aspekte kreativnosti i inovacije.

5 RAZLOGA ZA PROMENU

ZELENA TRANSFORMACIJA POSLOVANJA FILMSKIH I TV PRODUKCIJSKIH KUĆA

1. doprinosi boljoj pripremljenosti organizacije za buduće zakonske izmene;
2. podrazumeva uštedu na dugoročnom planu;
3. otvara nove perspektive u pogledu kolaborativnog stvaralaštva;
4. utiče na bolju reputaciju produkcije na međunarodnom planu, kao i poziciju kod međunarodnih fondova (Media, Euroimages);
5. podstiče kreativnost i inovaciju.

PRINCIPI ZELENE TRANSFORMACIJE

Ovaj proces potrebno je sistemski planirati i sprovesti, polazeći od utvrđivanja rizika i njihovih implikacija (neposrednih i sekundarnih), a zatim planiranja strateških aktivnosti i izazova njihove primene. Praktično, to podrazumeva različite tipove aktivnosti kojima je rizik moguće izbeći, transformisati ili minimizirati njegove posledice, planirane u okviru svih faza rada produkcionog procesa. Među planiranim aktivnostima potrebno je napraviti prioritete i proceniti šta je izvodljivo u okvirima organizacije, a šta unutar šire mreže; za svaku aktivnost mora postojati odgovorno lice i detaljan plan sprovođenja i evaluacije.

OSNOVNE SMERNICE U KONCIPIRANJU ODRŽIVIH PROCEDURA RADA:

1. Svaki kreativni proces mora sadržati aspekt održivosti, zbog čega – od početka pripreme projekta – u rediteljskoj eksplikaciji i viziji autorskog tima u pogledu dizajna projekta, moraju biti ugrađeni zeleni koncepti.
2. Rezultati uspeha zelene transformacije u velikoj meri zavise od načina saradnje i komunikacije unutar tima.
3. Koncipiranje budžeta treba da omogući saradnju timova na održivom razvoju projekta (treba predvideti dodatno vreme i resurse za pronalaženje održivih alternativa).
4. Prihvatanje zelenih koncepata u procesu proizvodnje scenografije i kostima zahteva promene u postojećem načinu rada, upotrebu novih materijala i alata.
5. U celokupnom procesu produkcije neophodno je voditi računa o doslednoj i kontinuiranoj primeni koncepata ponovne upotrebe materijala i opreme, reciklaže i/ili prenamene.
6. U planiranju procesa svih faza produkcije neophodno je voditi računa o izboru načina transporta, s aspekta različitih količina emisija koje proizvode alternativne varijante.

PRESEK STANJA ODRŽIVOSTI AUDIO-VIZUELNOG SEKTORA U SRBIJI

Čitajući prethodno definisane smernice, deluje da se mnoge od njih već primenjuju u redovnoj filmskoj i TV produkciji u Srbiji, iako suštinski ne postoji formalna orijentacija ka prelasku na zeleni način poslovanja. Ovo dokazuju i rezultati istraživanja sprovedenog u okviru *Green art incubator* projekta.⁴

⁴ Istraživanje je sprovedeno u 28 produkcijskih kuća, korišćenjem metode online upitnika. Prikupljeni su podaci o njihovim iskustvima i praksama na temu primene zelenih koncepata rada, a identifikovana ključna pitanja su kasnije diskutovana u okviru focus-grupe, kroz formu radionice /debatnog panela.

Istraživanje je obuhvatilo analizu različitih aspekata rada filmskih i TV produkcijskih kuća koje pripadaju manjim do srednjim preduzećima, s ciljem utvrđivanja objektivnih mogućnosti i izazova zelene tranzicije ovog sektora. Nalazi o postojećim iskustvima pokazuju da se jedna četvrtina firmi (kao deo stalne prakse ili sporadično) susreće sa eko-održivim praksama, koje se odnose na: brigu o reciklaži i otpadima odlaganim na određen način; redukciju štampanih materijala u korist elektronskog smanjenja i arhiviranja dokumentacije; učešće na radionicama o eko-održivim praksama; upodobljavanje i adaptaciju poslovnog prostora u odnosu na principe održive arhitekture.

U 60% organizacija postavljeni su punktovi za razvrstavanje reciklažnog otpada. Najčešće se razvrstavaju plastika i papir; zatim baterije; staklo i metal; toneri, elektronski i organski otpad; dok jedna od firmi čak navodi praksu kompostiranja organskog otpada. Međutim, tek je trećina organizacija uspostavila kontakt sa eko-kompanijama za razvrstavanje i recikliranje otpada, pri čemu se, dodatno, u ovom kontekstu eksplicitno navode loša iskustva. Ona se odnose na to da – iako troše puno vremena na ovo, produkcijske kuće moraju da „mole” eko-firme da dođu i promene prepunjene kutije; da je odnošenje uslovljeno velikim količinama otpada, što, sveukupno, čini ovaj proces komplikovanim i konfuznim.

S aspekta opšte orijentacije zaposlenih ka ekološkom postupanju, odgovori sugerišu na postojanje ekološke svesti među njima, te je i sistemska primena zelenih koncepata pretežno zasnovana na ličnoj inicijativi, slučajnom izboru ili okolnostima. Jedna trećina anketiranih

izjašnjava se da su se organizacije u kojima rade, u dosadašnjim procesima pitching-a i prikupljanja sredstava susretale sa kriterijumima iz domena ekološke održivosti; u polovini organizacija primenjuje se praksa nabavke *eco friendly* kancelarijskog materijala i uređaja visoke energetske efikasnosti, ali kada je u pitanju korišćenje ekološki prihvatljivih sredstava za čišćenje, u najvećem broju slučajeva na ovo se ne obraća pažnja. Većina – 90% ispitanika, navodi da sastanke sa partnerima iz inostranstva održava u digitalnom okruženju; a kada su u pitanju avio-letovi, 52% organizacija ima 1–5 letova godišnje, 30% ima 5–10, a 18% preko 10 letova. S druge strane, treba imati u vidu da pojedini „ekološko-pozitivni” nalazi poput ovog nisu posledica isključivo ekoloških intencija (u konkretnom slučaju – smanjivanja emisija avio-transporta) već i brojnih drugih faktora.⁵

⁵ Pri izboru transportnih vozila, produkcijske kuće u gotovo 70% slučajeva ne vode računa o tome da ona budu sa EURO5 ili višom klasom motora; ali više od polovine, tokom svih faza produkcije, vodi računa o potrošnji goriva poređenjem podataka.

⁶ Nešto više od trećine – 38%, odgovorilo je da se dijalog vodi ponekada, dok je samo u 12% organizacija ovo uvek prisutna praksa.

U sferi primene zelenih koncepata u produkciji nalazi su različiti. Anketirane produkcijske kuće u 80% slučajeva ne upućuju zahtev ketering firmama sa kojima saraduju da namirnice dobavljaju od domaćih proizvođača, ali u više od polovine organizacija prisutni su zahtevi za korišćenjem čaša i escajga za višenamensku upotrebu, kao i uputstvo za doniranje preostale hrane. Prilikom izbora lokacija snimanja, najveći broj organizacija – 90% ne zahteva sertifikate o energetskej efikasnosti studija, iznajmljenih stanova i sl., ali kada god je to moguće 70% njih teži da na snimanjima koriste standardnu mrežu za napajanje električnom energijom umesto agregata.

Polovina ispitanika tvrdi da se u njihovim organizacijama, tokom kreativnog razvoja projekta, ne vodi dijalog o zelenim konceptima rada, te o adaptaciji ideje i dizajna u odnosu na upotrebu postojećih elementa dekora i scenografije.⁶ Upotreba materijala sa eko-sertifikatom i izbegavanje materijala čija upotreba utiče na emisije štetnih supstanci (poliester, plastika i sl.) u preko 70% firmi nisu primenjivane prakse; dok, s druge strane, gotovo isti procenat ima iskustva sa doniranjem ili prodajom korišćenih elemenata scenografije. Slično, i prakse u kontekstu svetla, kamere, specijalnih efekata su „ekološke” u onoj meri u kojoj je to pitanje slučaja, tj. adekvatnosti uobičajenih procedura rada. Tako, na pitanje o korišćenju rasvete visoke energetske efikasnosti, u 65% organizacija odgovaraju da je to prisutno samo kada je moguće; dok na pitanje o tome da li sektor tehnike dobija uputstvo da koristi baterije na punjenje, većinski odgovor je da oni to svakako primenjuju, te nema potrebe za dodatnim uputstvima. U 90% slučajeva ispitanici nisu upućeni u to da, po novom zakonu, organizacije mogu da nabavljaju struju sa garancijom porekla; a ovom blizak je i nalaz da se 75% njih nije raspitalo, niti razmišljalo, o nabavci bio-goriva za agregate.

Na kraju, analiza marketinških i promotivnih procedura rada pokazuje da u preko 70% anketiranih organizacija, redukcija štampanih materijala je umereno do veoma prisutna; u nešto manjem procentu organizacije primenjuju održivije opcije prilikom štampanja bilborda, plakata i sl.; dok, u

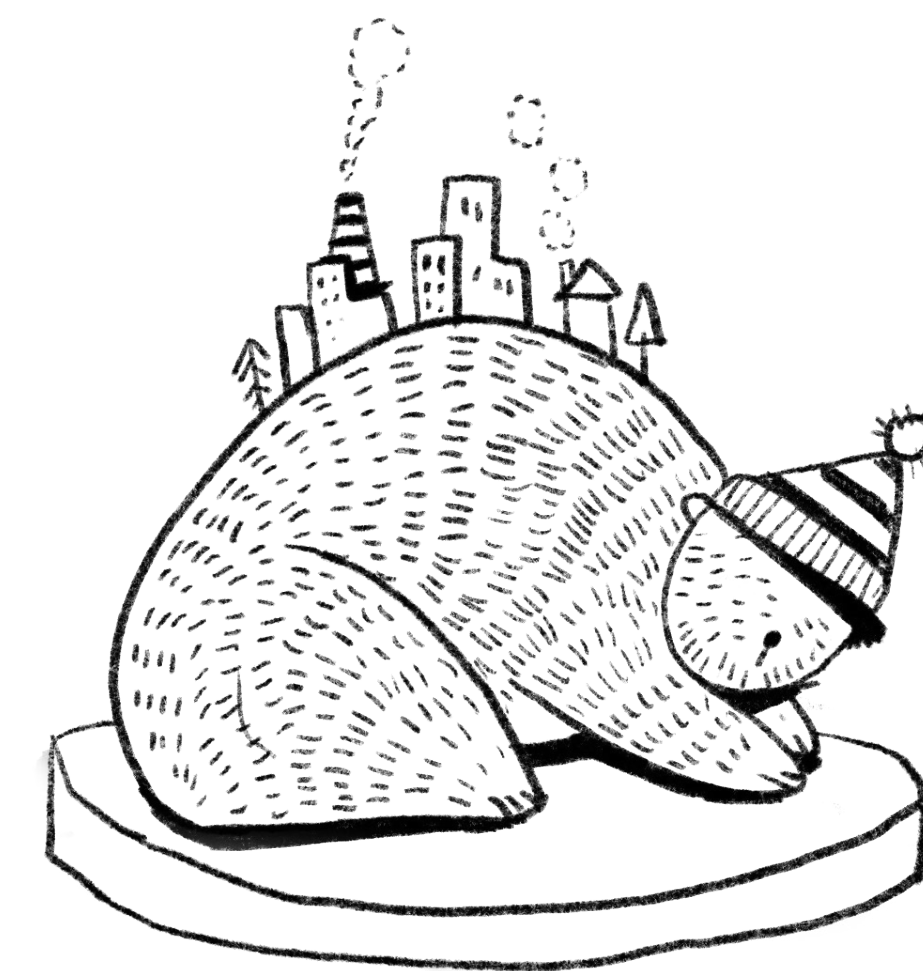
kontekstu komunikacije sa publikom, korišćenje digitalnih, onlajn kanala preovlađuje u najvećem broju firmi.

Upitani koji su ključni izazovi u istraživanom kontekstu, ispitanici odgovaraju da su to: nedovoljan broj reciklažnih centara i upitno funkcionisanje firmi za odnošenje otpada; izostanak ukupne svesti stanovništva o važnosti ekološki održivog postupanja; nedovoljna informisanost privrednih i privatnih subjekata o različitim mogućnostima i obavezama u ovom kontekstu, nedostatak legislative ili (tamo gde ona postoji) nedoslednosti u njenoj implementaciji; finansijski izazov uvođenja nekih od praksi samostalno; nepostojanje fiskalnih olakšica radi promovisanja važnosti ovakve vrste poslovanja (kreditiranje privrednih subjekata, poreske olakšice i sl.); ograničenost pojedinih projekata i zahteva klijenata; nedostatak edukacije svih zaposlenih u sektoru i nedovoljna razmena iskustava i znanja (*know how*) i primera dobre prakse.

S prethodnim u vezi možemo primetiti i to da, suprotno EU tendencijama koje podrazumevaju

uvođenje kriterijuma ekološke održivosti u sve veći broj programa finansiranja i podrške audio-vizuelnom stvaralaštvu,⁷ instrumenti kulturne politike RS nedovoljno se razvijaju u pravcu usmeravanja aktera ovog sektora da zeleno posluju. Imperativ i principi zelene transformacije nisu prisutni u opštim ciljevima kulturnog razvoja; evaluacija održivosti poslovanja nije segment obaveznih izveštaja o finansiranju iz javnih fondova; nedostaju programi nagrađivanja pozitivnih praksi ove vrste; nedostaju sistemska istraživanja i studije, a projekti u ovom kontekstu su nedovoljno afirmisani, što potvrđuje i zanemarenost kriterijuma ekološki odgovornog delovanja u uslovima budžetskih konkursa za sufinansiranje projekata u kulturi i umetnosti. S druge strane, polazeći od smernica Akcionog plana adaptacije na klimatske promene sa procenom ranjivosti Grada Beograda iz 2015. godine, Akcionog plana za zeleni grad iz 2020, te usvojenog Zakona o klimatskim promenama Vlade RS, evidentno je da postoji neiskorišćeni prostor za primenu zelenih politika u kulturi i umetnosti, sa fokusom na implementaciji strukturnih i nestrukturnih mera u radu aktera polja. Prema navedenim dokumentima, strukturne mere podrazumevale bi prilagođavanje kroz procese mera štednje i energetske efikasnosti, ponovne upotrebe materijala i reciklaže; dok bi primena nestrukturnih mera obuhvatala reperezentaciju održivosti kroz komunikacione procese (marketinške aktivnosti) i participaciju publike u kreiranju ekološkog narativa.

⁷ Creative Europe Media, Euroimages – European Cinema Support Fund



3. ZELENA TRANSFORMACIJA ORGANIZACIONE KULTURE I OPŠTIH RADNIH PROCEDURA U AV SEKTORU

KREIRANJE PLANA ZELENE TRANSFORMACIJE

Kako bi ciljevi i tok procesa zelene transformacije organizacije bili jasni svim zaposlenima, poželjno je kreirati zvanični plan/dokument na ovu temu. **Publika, partneri i šira javnost**, takođe, treba da budu obavješteni o postojanju *eko-strategije* produkcijske kuće njenim postavljanjem na sajt i društvene mreže, javnim obavještenjima o započetom procesu i sl. Pored toga, **spoljne saradnike** potrebno je ne samo informisati o uvođenju promena u rad produkcije, već i podstaknuti na slične akcije, zbog čega je poželjno da ugovori sa njima sadrže tzv. *zelene klauzule*.

PLAN ZELENE TRANSFORMACIJE PREDSTAVLJA **STRATEŠKI DOKUMENT** KOJI UKLJUČUJE:

- **manifest** – eksplicitno opredeljenje ka eko-zaokretu sa jasno navedenim ciljevima istog; i
- **prateći akcioni plan** prilagođavanja na klimatske promene i njihovo ublažavanje sa **mapiranim partnerima** (organizacijama, mrežama i platformama koje se bave ekološkim pitanjima) i **instrumentima podrške** (poput dostupnih kurseva, onlajn kalkulatora emisija ugljen-dioksida, priručnika itd.).

Plan zelene transformacije podrazumeva i **objektivnu procenu mogućnosti produkcije**, što između ostalog znači da u zavisnosti od njene veličine, resursa i kapaciteta možda će biti moguće učinite samo par manjih, konkretnih stvari, dok će veći i kompleksniji ciljevi biti izvodljivi tek u okviru šire mreže. Takođe, imajući u vidu kapacitete, među planiranim akcijama potrebno je **napraviti prioritete** u odnosu na to šta je realistično uraditi i šta će imati najviše rezultata.

Za svaku aktivnost, ili grupu aktivnosti, moraju se odrediti: **odgovorno lice, utvrđeni načini evaluacije i datumi** razmatranja dokle se stiglo u sprovođenju plana.

MAPIRANJE RESURSA I PODRŠKE

Kao što je već pomenuto, identifikovani problemi audio-vizuelnih kompanija s aspekta sprovođenja procesa zelene transformacije odnose se na: manjak vremena, manjak zaposlenih, nedostatak konkretnih znanja i informacija, finansijske prepreke i nepostojanje adekvatnih podsticaja privrednim subjektima da ekološki deluju.

Nedostatak vremena – U sprovođenju plana transformacije jedna od objektivno najvećih prepreka jeste manjak vremena, jer je ovo novo polje rada, značajno za sve, ali najčešće nije ničija specifična odgovornost. Zato je važno odrediti zaposlene koji će biti nosioci planiranih aktivnosti, i u njihove opise poslova uključiti odgovornost u vezi sa ovim pitanjima.

Nedostatak stručnosti i manjak zaposlenih – Za uspeh procesa zelene transformacije od ključne važnosti su zaposleni i zajednički rad. U tom smislu, svi zaposleni (ali i spoljni saradnici) moraju biti obavešteni o novoj, ekološkoj orijentaciji produkcije, i upoznati sa

manifestom i akcionim planom njene zelene transformacije. Važno je podstaći zaposlene da pronađu održivije alternative u sopstvenom radu, inspirisati ih na dublje razmišljanje o ovoj temi, obezbediti adekvatnu edukaciju i stalni dotok informacija. Ovo podrazumeva i angažman eksternih stručnjaka za pomoć, identifikaciju brojnih onlajn kurseva i vodiča, kao i različitih događaja, platformi, programa i projekata posvećenih odgovoru filmskih organizacija i polja umetnosti u celini na problem klimatske krize.

Nedostatak podrške – Na kraju, uvođenje promena u ovom kontekstu podrazumeva i aktivni rad na umrežavanju sa kulturnim, obrazovnim, naučnim i dr. organizacijama radi zajedničkog delovanja na uspostavljanju boljeg socio-ekonomskog i političkog okvira za sprovođenje procesa zelene transformacije. Prava i obaveze privrednih subjekata po pitanju ekološkog delovanja intenzivno se menjaju, i očekivano je da će u skoroj budućnosti one biti *primorane* na uvođenje izmena postojećih praksi u ovom smislu, te je dobro da audio-vizuelni sektor na vreme postane akter sistemskih promena, zastupajući interese struke i profesije „iz prve ruke”.

SAVETI ZA PRODUCENTE

- Formulišite precizni akcioni plan.
- Uključite zaposlene u proces transformacije, organizujte razgovore i treninge koji će podići kapacitete za promenu postojećih praksi (uključujući i najosnovnije poput isključivanja svetla, odlaganja otpada i recikliranje, kontrolisanja sistema za grejanje/hlađenje itd.).
- Odredite pojedince među zaposlenima koji će imati posebne odgovornosti u kontekstu usvajanja zelenih koncepata.
- Pratite potrošnju energije, poredite mesečne potrošnje.
- Planirajte uštedu i investicije u ovom kontekstu. Pronađite programe podrške i konkurse fokusirane na podsticanje zelenih inicijativa.
- Uključite zelene klauzule u svoje dogovore sa spoljnim partnerima. Inspirišite ih na usvajanje održivih modela poslovanja (obavestite ih o svom manifestu i aktivnostima, ugovorima koje ste potpisali sa firmama za odlaganje otpada, informacijama koje ste prikupili na ovu temu).
- Inicirajte nove i uključite se u postojeće mreže koje deluju u pravcu lobiranja za zakonske izmene orijentisane ka postizanju efikasnijeg društvenog odgovora na temu klimatske krize.

PRAKTIČNE AKTIVNOSTI - MARKETING, OPŠTI USLOVI, SVAKODNEVNI ŽIVOT, PRODUKCIJA

Tranzicija produkcijskih kuća ka održivim, zelenim konceptima, podrazumeva, dakle, niz promena/aktivnosti, među kojima su pojedine uskospecifične za određene produkcione faze, dok su druge – *opštije primenjive* u praksama različitih sektora i radnih profila: smanjenje količine materijala koji se štampa i izbor ekološki održivijih opcija (npr: štampa na obe strane papira, korišćenje recikliranog papira, biljnog mastila, digitalne prezentacije ideja itd.); korišćenje usluga lokalnih firmi radi smanjivanja emisije ugljen-dioksida; korišćenje bicikla ili javnog prevoza kada god je to moguće (za dostavu, nabavku, dolazak na posao); štednja električne energije (isključivanje svetala i aparata koji se ne koriste, korišćenje energetske štedljive opreme); ponašanje u skladu sa *Zero Waste* regulacijama (ukoliko postoje); saradnja sa partnerima koji ekološki posluju i implementacija zelene politike u komunikaciji putem elektronske pošte, dokumentima, ugovorima itd.

PROMOCIJA, MARKETING I KOMUNIKACIJA (ZELENIJA ŠTAMPA I OGLAŠAVANJE)

- Smanjite količinu materijala koje štampate.
- Birajte ekološki održivije opcije – npr: štampa na obe strane papira, korišćenje recikliranog papira, biljnog mastila, opcija štampe koje su navedene kao ekološke itd.
- Koristite usluge lokalnih štampara radi smanjivanja emisije ugljen-dioksida.
- Budite štedljivi u distribuciji promo materijala – npr. uputite publiku na korišćenje QR kodova izloženih na ključnim mestima, link na vašem veb-sajtu ili društvenim mrežama sa potrebnim informacijama, kampanju usmerite na digitalne sadržaje, kreirajte e-flajere za medije, partnere i publiku.
- U marketinške svrhe koristite reciklirani materijal i materijal koji se može reciklirati.
- Alternativno, umesto štampanih materijala koristite društvene mreže, sajt, video materijale itd.
- Oglasite eko-orijentaciju produkcijske kuće. Neka informacije na tu temu budu deo vaših kampanja i oglašavanja – npr. koristite najave početka rada na projektu, osmislite održivi način transporta do/od mesta održavanja promo događaja i informišite publiku o tome, označite gde su mesta za separaciju otpada, govorite o svojim aktivnostima u ovom kontekstu prilikom pojavljivanja u medijima itd.
- Kada god je moguće festivalske kopije distribuirajte putem upload-a, kako biste izbegli avio-transport hard diskova sa DCP verzijom.

OPŠTE PRAKTIČNE AKTIVNOSTI

- Optimizujte fotokopir aparate na štedljivi režim rada, isključite opremu na kraju dana, zatvorite prozore ukoliko uključujete klima-uređaje.
- Koristite reciklirane materijale, eko papirnu galanteriju, sredstva za održavanje higijene i prostora sa *eko* naznakom.
- Odvajajte otpad, posebno ambalažu za koju već postoji razvijen sistem preuzimanja, kao što je, PET (PETE) ambalaža, TETRAPAK, staklo, metal, papirii karton (na kraju dokumenta dat je link ka mapi sa lokacijama reciklažnih kontejnera i link sa tabelom za mogućnosti ponovne upotrebe i reciklaže drugih materijala).
- Za nabavku stvari koristite usluge lokalnih preduzetnika.
- Podstaknite zaposlene da koriste javni saobraćaj.

4. ZELENA
PRODUKCIJA –
ODRŽIVA AV
DELATNOST

ŠTA JE ZELENA PRODUKCIJA?

Zelena produkcija podrazumeva ciklus aktivnosti od početka pripreme projekta do njegovog završetka i distribucije, koncipiranih tako da teže primeni alternativnih načina rada kojima će se minimizirati emisije tj. smanjiti nepovoljni ekološki uticaj na sredinu.

U tom smislu ona:

- polazi od zelenih standarda i jasnih ekoloških ciljeva definisanih na nivou produkcije;
- podrazumeva formiranje saradničkog tima, budžeta i vremenskog plana aktivnosti u skladu sa ekološki održivim principima; i
- zahteva obezbeđivanje adekvatnih alata, veština i znanja u svim sektorima.

OSNOVNA NAČELA ODRŽIVE PRODUKCIJE

Osnovna načela održive produkcije podrazumevaju primenu određenih praksi, koje ne remete zamah kreativnosti i inovacije već ih smeštaju u kontekst ekološki odgovornog delovanja. Dominantno diskutovan izazov u tom smislu odnosi se na **problem nagomilavanja otpada** koji potiče od odbačenih delova kostima, dekora, scenografije, kateringa, pokvarenih električnih aparata, baterija, sijalica i sl., koje je potrebno odložiti na ekološki ispravan način i svesti na minimum. Odgovor na ovaj izazov su: **redukcija, ponovno korišćenje i reciklaža**,⁸ odnosno primena prakse **hijerarhije materijala**. U procesu stvaranja filmskog i TV projekta ovo znači da je prvi korak dizajnom smanjiti potrebnu količinu materijala za scenografiju, kostim, rekvizite, a zatim pronaći već korišćene komponente i reciklirane materijale – idealno lokalno, kako bi se izbegao transport. Ukoliko to nije moguće, sledeća opcija je izabrati materijale koji su nabavljeni iz održivog izvora, a tek poslednja i opcija koju je neophodno svesti na minimum je nabavka materijala iz neodrživih izvora koji štete planeti.

⁸ **Ponovno korišćenje** podrazumeva uzimanje gotovih stvari – odeće, obuće, detalja i njihovo ponovno korišćenje. **Recikliranje** podrazumeva razgradnju nečega na materijal koji može biti ponovo korišćen, a **održiva nabavka** ili nabavka iz održivih izvora podrazumeva nabavku nekorišćenih materijala od proizvođača/dobavljača koji su sertifikovani kao ekološki, „bio”.

Isto su hijerarhizovani alternativni načini za odlaganja stvari i materijala koji više nisu potrebni, a idealno je ponovo ih koristiti u novim produkcijama ili donirati, a zatim – ukoliko to nije moguće – reciklirati na propisan način. Drugim rečima težnja ka održivosti produkcije ne završava se na premijeri, već podrazumeva i **održive protokole i sistem odlaganja**. Pored saradnje sa relevantnim operaterima za prikupljanje i reciklažu otpada, ovo može značiti i uspostavljanje saradnje sa *second hand* prodavnicama, prihvatilištima, drugim fundusima rekvizita i kostima itd. Praksa ponovne upotrebe naročito je primenjiva u slučaju postojanja stabilne lokalne, mreže produkcijskih kuća, među kojima već postoje funkcionalne veze, te je jednostavnije razviti i kontinuiranu razmenu *viškova*.

Naredni važan aspekt stvaranja održive produkcije odnosi se na **detaljno praćanje održivosti korišćenih materijala**, odnosno procenu stepena štetnosti koje jedna produkcija ostvaruje. S tim u vezi predlaže se korišćenje onlajn dostupnih verzija **karbon kalkulatora**, koji u odnosu na određene kvantitativne parametre izračunava emisije koje jedna produkcija proizvodi.⁹

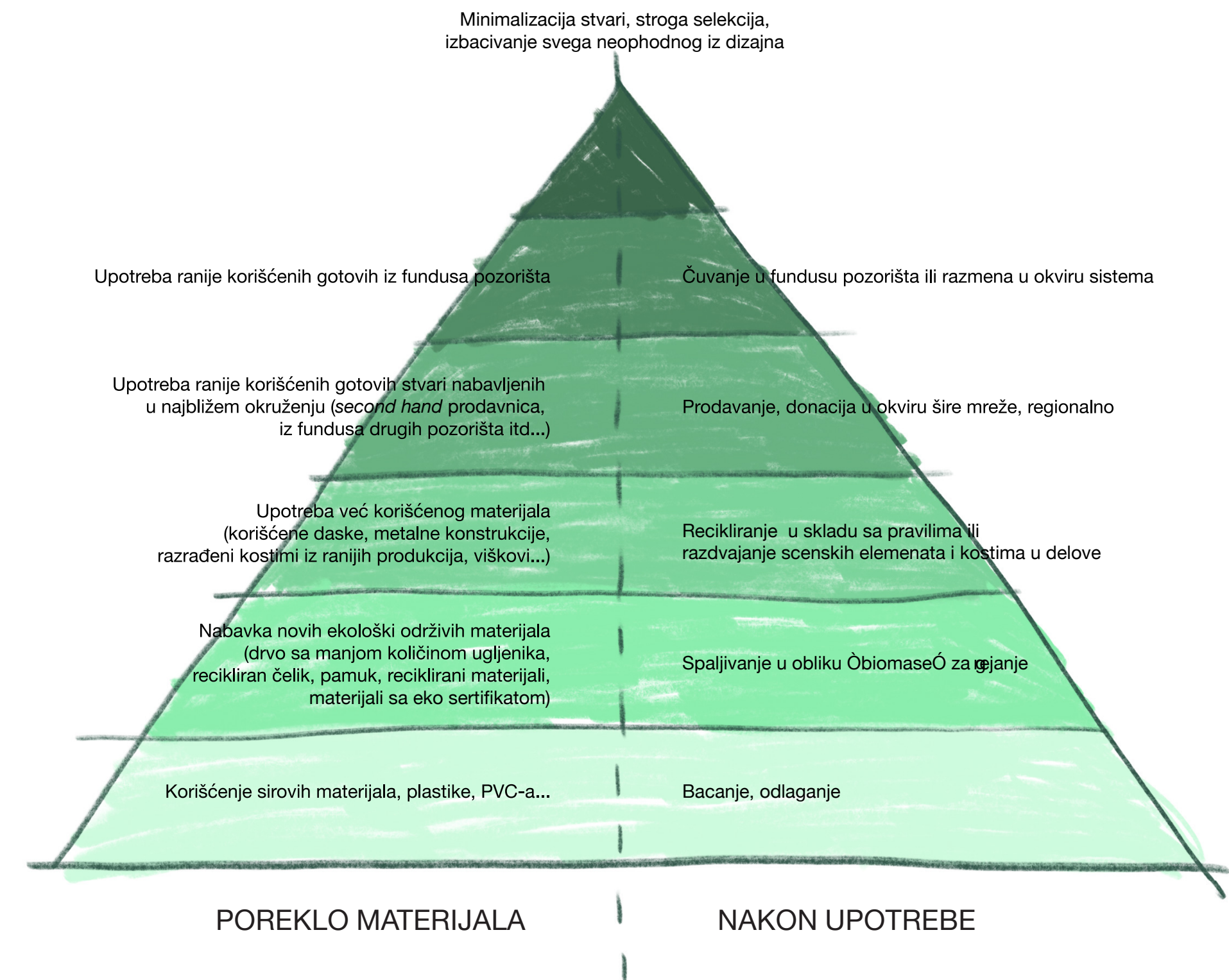
⁹ **Kalkulator ugljeničnog otiska** je alat koji omogućava izračunavanje emisije CO2 koja se ostvaruje kroz sve procese i procedure rada u organizaciji. Unosom jednostavnih informacija, kao što su vrsta i količina materijala koji će se koristiti u pripremi i realizaciji produkcije, moguće je sagledati i obim štetnih emisija, što može uticati na procese odlučivanja u kontekstu ekološki održivog standarda koji je organizacija uspostavila. Praćenje podataka o emisijama pomoći će uspostavljanju baze podataka, koje će koristiti u budućim projektima i aktivnostima. Primeri i linkovi za postojeće kalkulatora ugljeničnog otiska su:

www.juliesbicycle.com/faqs/faq-carbonfootprint/

www.creativecarbonscotland.com/carbon-management/tools-and-resources/

www.gabi-software.com/international/index/

Druga, jednostavnija, mogućnost jeste uvođenje **detaljnog popisa materijala**, koji sadrži podatke o tome: šta je potrebno, u kojoj količini i od kog materijala; da li je prethodno korišćeno, nabavljeno iz održivog izvora i da li je za nabavku korišćen neki vid prevoza; te da li će se u budućnosti koristiti, gde će biti odloženo i kakav transport to podrazumeva. Vođenjem evidencije ove vrste može se prilično jasno utvrditi ekološki standard pojedinačnog projekta i svakog njegovog segmenta, dok se kontinuiranom primenom ovakve prakse ideja o ekološkim aspektima rada sektora ugrađuje u individualnu i organizacionu svest.



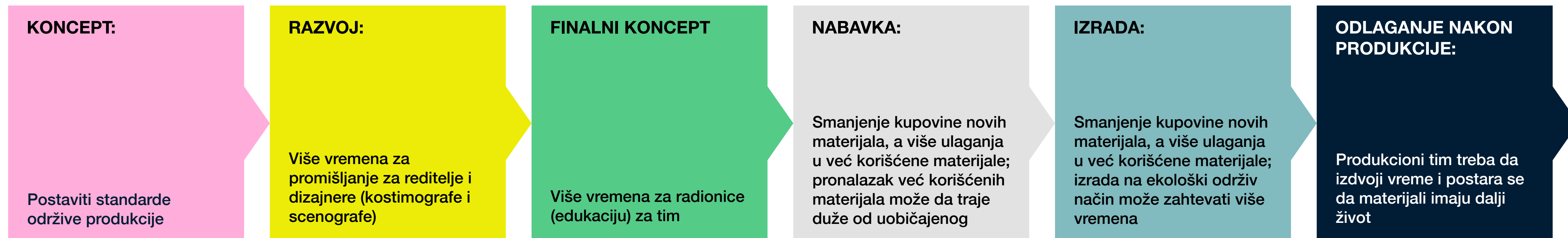
Poslednje, i već pomenuto, načelo stvaranja održive produkcije jeste stalna i dinamična **komunikacija članova tima na temu ekološke održivosti zajedničkog projekta**. Već prilikom prvog poziva članovima tima važno je definisati standarde održivosti i potpisati *Dogovor o zelenoj produkciji*, pri čemu i ugovori sa spoljnim partnerima treba da sadrže iste protokole.

Od početka razvoja projekta, pa nadalje, svi članovi produkcije moraju iznova razmatrati koliko dizajn odgovara uspostavljenim standardima tj. *Zelenoj knjizi*, koje su prepreke u ostvarivanju ovoga, šta je moguće unaprediti itd. Produkcioni sektori ovde imaju važnu ulogu u smislu informisanja tima o različitim opcijama – o tome šta postoji u fundusima, koje stvari mogu biti nabavljene lokalno, da li i kako različite produkcije jedne kuće mogu da dele potrebne scenske elemente, zajednički učestvuju u nabavci itd. Važno je podeliti iskustva i edukovati ljude, ali i planirati duže rokove – za nabavku, dogovore, traženje ekoloških alternativa. S tim u vezi, nasuprot dodatnom vremenu, važno je imati u vidu uštedu načinjenu na strani nabavke (korišćenje postojećih elemenata ne košta ili košta značajno manje nego produkcija novih).

U cilju lakše primene principa zelene transformacije, buduća mreža produkcijskih kuća trebalo bi da obezbedi dostupnost sledećih informacija svim saradnicima i zaposlenima, članovima timova pojedinačnih produkcija:

- fundusi i skladišni prostori – popis artikala i fotografije (po mogućnosti);
- lista i kontakti lokalnih izvora održivih materijala i zaliha;
- lista i kontakti fundusa za već korišćene elemente scenografije i kostima, tehničke opreme i pribora;
- lista zaposlenih koji imaju potvrdu o završenom treningu o zelenoj tranziciji u oblasti filma i televizije;

PREISPITIVANJE TROŠKOVA: PLANIRANJE BUDŽETA ZA ODRŽIVOST/ BUDŽETIRANJE U SLUŽBI ODRŽIVOSTIA



PRAKTIČNE AKTIVNOSTI

Priprema i razvoj projekta (smernice za producente, autore, članove tima)

- Definišite zelenu knjigu standarda i jasne ekološke ciljeve produkcije.
- Koncipirajte zelene ugovore kojima se članovi tima obavezuju u postizanju definisanih ekoloških ciljeva produkcije (**prilog**). Ugradite zelene klauzule u ugovore sa spoljnim partnerima.
- Uključite pitanja o primeni zelenih praksi u procesu kreativnog oblikovanja projekta od prvog sastanka tima.
- Bavite se proaktivno temom ekološke održivosti projekta na svim redovnim sastancima. Usaglasite se oko *zelenog dizajna produkcije*, uz aktivno učešće reditelja, autora scenografije i kostima kao i ostalih saradnika. Ovo predstavlja priliku da se poštuje ekološka misija produkcije i organizacije, ali i da se radi na razvoju veština tima u novim uslovima, tolerancije, razumevanja i konstruktivnog dijaloga.
- Imajte na umu da ekološki održive prakse zahtevaju vreme, kako u konceptualizaciji i dizajnu tako i u procesu realizacije. Obezbedite potrebno vreme u planu aktivnosti.
- U koncipiranju budžeta imajte u vidu dodatne troškove i vreme potrebno za usaglašavanje svih sektora u pogledu ekološki održivih opcija, ali sa druge strane i mogućnosti uštede koje primena zelenih praksi u produkciji omogućava.
- Dajte podršku članovima tima u stvaranju ambijenta i atmosfere koja je dovoljno fleksibilna da obezbedi mogućnost primene zelene transformacije.
- Komunicirajte o orijentaciji ka ekološki održivom dizajnu projekta – od njegovog modelovanja do premijere – interno, ali i prema publici i široj javnosti.

PRIMER ZELENOG UGOVORA

Naslov projekta:
Produkcijnska kuća, adresa:
Period realizacije projekta:

Obavezujemo se da ćemo doprineti primeni principa navedenih u manifestu i knjizi eko-održivih standarda filmskih i TV produkcija _____.

Učestvovaćemo u oblikovanju i konceptualizaciji eko-održive produkcije u svim fazama rada na projektu _____.

Pročitali smo principe navedene u Zelenoj knjizi standarda, kao i kako se standardi primenjuju u procesu produkcije. Da bi se navedeni standardi postigli sa celim timom koji učestvuje u realizaciji saradivaćemo zastupajući kolaborativne pristupe uz međusobno uvažavanje i poštovanje.

ČLANOVI TIMA PROJEKTA _____ (svi potpisuju)

Producent
Izvršni producent
Direktor filma
Reditelj
Scenograf
Kostimograf
Montažer
Pomoćnik reditelja
Asistent reditelja
Organizator
Vođa snimanja
Šef transporta
Gafer
Zeleni supervizor
*dopuniti prema sistematizaciji angažovanih saradnika na projektu

Datum:

PREPRODUKCIJA

- Proverite mogućnosti dobavljača usluga u kontekstu zelenih alternativa – sa više ekološki održivih upita uvećava se mogućnost da dobavljači više ulažu u takvu opremu i usluge.
- Postavite objekte za reciklažu kancelarijskog potrošnog materijala; baterije, toner, papir i karton, sijalice itd. U svim radnim prostorijama (prostorima) obezbedite sisteme i znakove za odvajanje otpada i povežite se sa firmama koje se dalje bave razvrstavanjem, odlaganjem i reciklažom (adresar u prilogu).
- Prilikom opremanja prostora, kupujte lokalne proizvode i unajmite ili kupite polovnu kancelarijsku opremu i nameštaj.
- Isključite ili smanjite upotrebu papira, članovima tima pošaljite napomenu u kojoj se navodi da se materijali štampaju samo na zahtev. Kada koristite papir, štampajte obostrano na recikliranom papiru.
- Imajte vizuelni podsetnik „zelene produkcije” na svakom dokumentu. Koristite grafiku koja će se ponoviti na natpisima na setu. Koristite informativne plakate sa činjenicama i slikama koje postaju tema za razgovor.
- Angažujte gradske kurire koji koriste bicikl kao prevozno sredstvo za dostavu.
- Navedite lokalni (javni) transport do seta na svakom radnom zadatku.
- Nastavite da primenjujete onlajn sastanke umesto putovanja u inostranstvo.
- Planirajte izviđanje lokacija tako da vam ne bude potrebna ponovna poseta.
- Proverite sa studijima da li je moguće da za potrebe vašeg projekta nabavite električnu energiju od kompanije koje proizvode zelenu struju.
- Razgovarajte sa glumcima angažovanim na projektu o mogućnosti dodatnog angažovanja na poziciji *zeleni ambasador* produkcije.

SCENOGRAFIJA – DIZAJN, PRIPREMA, REALIZACIJA

- Osnovni cilj dizajna i izrade ekološki održive scenografije je redukovati upotrebu sirovih materijala i transport, te sagraditi scenske elemente bez ugrožavanja životne sredine ili tako da se ova negativna dejstva svedu na minimum.
- Poštujte princip *hijerarhije materijala*. Dizajnom smanjite količinu materijala koja je potrebna i pronađite već korišćene scenske elemente (nameštaj, kulise, dekor) ili reciklirane materijale (daske, metalne konstrukcije, tekstilne viškove ranijih produkcija) – idealno lokalno, u bližem okruženju, kako bi se izbegao transport (secondhand prodavnice, fundusi, magacini itd.). Ukoliko to nije moguće, birajte materijale koji su nabavljeni iz održivih izvora, a opciju nabavke sirovog materijala iz neodrživih izvora koji štete planeti izbegavajte ili smanjite na minimum. Nove proizvode i materijale nabavljajte od domaćih proizvođača.
- U dizajnu scenografije uglavnom se koriste čelik, meko drvo, lim ili PVC čija proizvodnja ima uticaja na životnu sredinu. Pokušajte da pronađete zamene u vidu eko-održivih materijala i opcija – kao što su FCS (Forest Stewardship Council) sertifikovani proizvodi, ploče od presovane slame, bambus, pluta, ploče od reciklirane plastike ili tetrapaka itd. U našoj zemlji trenutno postoji inicijativa za formiranje nacionalnog tela koje bi akreditovalo/sertifikovalo eko-materijale, i čiji bi zadatak između ostalog bio i definisanje tačne liste dostupnih materijala i njihovih distributera. Trenutna preporuka je da pri nabavci materijala dobavljač bude konsultovan, u smislu ponude mogućih zamena za standardne materijale, nekim od eko-materijala, s obzirom da je iskustvo da većina njih u ponudi ima zamene koje su sertifikovane u drugim zemljama.
- Materijale kao što su polistiren, PVC, nereciklirani čelik i tropsko tvrdo drvo potrebno je potpuno isključiti iz upotrebe jer pripadaju grupi *posebno štetnih materijala*. Ovo se odnosi i na upotrebu stiropora, stirodura, lepka i boje koje sadrže štetne hemikalije.
- Ekološka održivost scenografije mora biti planirana od početka rada na projektu i uključena u proces dizajniranja. Razgovarajte o ovome na prvom sastanku tima; organizujte prezentaciju ekološke održivosti dizajna timu koji će učestvovati u njegovoj realizaciji, kao i drugim članovima produkcije.
- Unutar tima (ali i sa drugim zaposlenima u organizaciji) konsultujte se o mogućim održivim izvorima nabavke.

KOSTIM, FRIZURA, MASKA

- Ekološki održiv dizajn i stvaranje kostima (frizure i šminke) teže eliminisanju neodrživih i sintetičkih materijala.
- Primenjajte praksu hijerarhije materijala. Uvek kada je to moguće, kostimi treba da budu formirani od već korišćenih stvari (iz fundusa, *second hand* šopova, sa pijace i sl.). Ukoliko među postojećim (nekorišćenim) kostimima ne postoje odgovarajući elementi, rasparajte ih, ragrađite i koristite kao materijal, za pozamanteriju, detalje itd.
- Ukoliko je neophodno nabaviti nove materijale koristite: reciklirane materijale, organski pamuk, organski bojene materijale i sl. Korišćeni materijali treba da budu pogodni za mašinsko pranje, kako bi se izbeglo hemijsko čišćenje. Prilikom nabavke materijala obratite pažnju na to da li imaju eko-sertifikat.
- Koristite *eko*-sertifikovane, netoskične farbe, lepkove, glitere itd. i eko-sertifikovanu šminku.
- Kako se kostimski elementi ne bi naručivali i nabavljali u poslednjem času (što pored manjka kontrole održivosti nabavljene stvari podrazumeva i dodatni transport, dostavu itd.), važno je od početka precizno planirati šta je potrebno u ovom kontekstu.
- Predvidite duže vreme za dogovore i nabavku ekološki održivih opcija; konsultujte se unutar tima o alternativnim održivim izvorima.
- Koristite usluge lokalnih radnji i radionica.
- Na temu ekološke održivosti kostima komunicirajte sa članovima tima od početka procesa produkcije i prvog sastanka tima. Tokom celokupnog procesa pripreme projekta diskutujte o tome u kojoj meri su postignuti ekološki ciljevi projekta.
- Vodite računa o doslednom i kontinuiranom popisivanju korišćenih materijala. Zabeležite način nabavke, tretiranja, odlaganja. Podelite svoja iskustva sa drugima.
- Kostimske elemente koji se više ne koriste (ali i tekstilne i druge viškove) ne bacajte, već odložite za ponovnu upotrebu. Produkcije koje imaju sopstvene funduse mogu da razmisle o iznajmljivanju kostima ili deljenju svojih fundusa sa drugim kompanijama, kako bi nakupljena odeća, obuća i detalji bili što više korišćeni.
- Donirajte svoje *viškove*, razmislite o mogućnostima preprodaje kostima glumcima, članovima tima, publici, široj javnosti u okviru različitih akcija i/ili preko onlajn platformi, crowdfunding kampanja, dobrotvornih akcija itd.
- Stvari koje više ne mogu da se koriste pošaljite na reciklažu.

6 KLJUČNIH SAVETA ZA SCENOGRAFE I KOSTIMOGRAFE

| |
|--|
| MANJE JE VIŠE |
| KORISTITE VEĆ KORIŠĆENE I RECIKLIRANE MATERIJALE. |
| AKO NABAVLJATE NOVO, RAZMISLITE O NJEGOVOM POREKLU. |
| POTRUDITE SE DA SVE BUDE LAKO PRIMELJIVO ZA PONOVDNU UPOTREBU. |
| KONSULTUJTE SE SA TIMOM. |

LOKACIJE

- Uverite se da je ekipa projekta upoznata sa sistemom za odvajanje otpada.
- Utvrdite tačan broj članova ekipe na svakoj lokaciji tako da budete u prilici da obezbedite dovoljan broj pravilno raspoređenih sistema za odvajanje otpada, sa kesama/kantama u bojama I sa priloženim informativnim oznakama.
- Sisteme za odvajanje otpada postavite dan ranije ako je moguće, tako da budu na mestu za doručak.
- Održavajte komunikaciju sa kompanijom za upravljanje otpadom u vezi sakupljanja i razvoja u objektima za reciklažu.
- Uverite se da postoje kante za scenografski otpad i potrošnu rekvizitu na lokaciji pre i posle snimanja.
- Smanjite upotrebu plastike. Ako je bilo koja kesa za kantu samo napola puna, ispraznite drugu u nju i ponovo je upotrebite.
- Podsetite članove ekipe da isprazne plastične boce pre recikliranja.
- Kako još uvek ne postoji mogućnost primene biodizela u vozilima i agregatima, temeljno pratite potrošnju goriva.
- Koristite višenamenske trejlere i kamione.
- Za obeležavanje lokacija upotrebljavajte trake koje mogu da se koriste više puta ili se mogu reciklirati.
- Osigurajte protokol rada na terenu tako da ne ostavljate „tragove”.
- Omogućite dobro označene ili mobilne pepeljare i mesta za pušenje.

KETERING I CRAFT

- Obezbedite više sistema sa 3 kante za odvajanje otpada za recikliranje, komposta i opšteg otpada za bilo koje mesto gde članovi ekipe jedu i piju.
- Koristite informativne natpise „saznaj pre nego što baciš” i „uzmi samo ono što jedeš”.
- Izbegavajte plastiku, odaberite alternativu koja se može reciklirati (većina kartonskih čaša se ne može reciklirati jer sadrže nevidljivu plastičnu oblogu).
- Izbegavajte plastične boce za vodu, ako je moguće obezbedite svim članovima produkcije bočicu za vodu i šolju za višekratnu upotrebu. U prikolicama koristite staklene boce za vodu od 5l. Na velikim setovima, ako nema vodovodne mreže, iznajmite dozatore ili posude za vodu sa više priključaka.
- Ako morate da koristite plastične boce za vodu na lokaciji, uverite se da se mogu reciklirati, te da su članovi ekipe upoznati da boce moraju da budu prazne pre recikliranja.
- Izbegavajte pojedinačne kesice, kupujte na veliko i čuvajte proizvode u teglama ili posudama.
- Nabavite *flatpack* kartonsku ambalažu od vaših dobavljača za recikliranje. Saznajte da li je moguće da se smanji količina pakovanja po proizvodu.
- Kupujte domaće proizvode od lokalnih preduzeća.
- Koristite ekološki prihvatljiva sredstva za čišćenje.
- Smanjite sadržaj mesa u jelovniku.
- Ako vam je ostalo potrošnog materijala, donirajte. Saznajte o mogućnostima doniranja preostale hrane na setu.

TRANSPORT

U priručniku je izostavljena detaljna obrada sektora transporta, s obzirom na to da trenutna lokalna infrastruktura ne odgovara potrebama zelene transformacije (biodisel, hibridna vozila, agregati niske emisije, solarne prikolice i sl.). Međutim u nastavku možete pronaći nekoliko korisnih smernica koje je moguće primeniti i u postojećim okvirima.

- Sprovedite politiku bez praznog hoda za vozače taksija, autobusa i kamiona.
- Obavestite sve vozače i članove sektora o sistemu za odvajanje otpada.
- Kad god je moguće koristite višenamenske prikolice, u kojima je instalirano LED i CFL osvetljenje.
- Temeljno pratite potrošnju goriva.
- Uverite se da postoje kante za reciklažu i opšti otpad u prikolicama ili u njihovoj blizini.
- Koristite reciklirani ili nebeljeni toaletni papir i ekološki prihvatljiva sredstva za čišćenje.
- Umesto flašica za jednokratnu upotrebu, koristite punioce za sapun i dezinfekciono sredstvo.
- Isključite agregate kada se ne koriste.
- Isključite napajanje prikolice kada se ne koristi.

Pogledajte najnovije ekološke mobilne uređaje www.firefligreenenergi.co.uk

**PREGLJED
VAŽNIH
POJMOVA I
KONCEPTA**

Efekat staklene bašte je proces usled kog je vazduh na površini Zemlje „relativno topao”. Atmosfera Zemlje dominantno se zagreva od podloge, koju zagrevaju sunčevi zraci, a ne direktno od sunčevih zraka. Gasovi koji čine vazduh skoro da uopšte ne apsorbuju energiju koja dolazi sa Sunca, međutim pojedini gasovi u atmosferi, koje nazivamo gasovima sa efektom staklene bašte (ili kratko gasovi staklene bašte) „dobri” su apsorberi energije koju izračuje podloga, koja se prethodno zagrejala sunčevim zračenjem. Gasovi koji imaju ovu osobinu su vodena para, ugljen-dioksid, metan, gasovi koji sadrže fluor (HFC, PFC, SF6), ozon i azot-suboksid, a dominantnu ulogu u efektu imaju vodena para i ugljen-dioksid. Ukoliko u atmosferi ne bi bilo ovih gasova, temperatura na površini planete bi bila za oko 30 stepeni niža nego što jeste, odnosno bila bi oko -18 °C. U tom smislu ovi gasovi suštinski doprinose održanju živog sveta na Zemlji. Poslednjih 150 godina antropogene emisije ugljen-dioksida doprinle su povećanju njegove koncentracije u atmosferi za 50%, pa je tako Zemlja danas toplija za 1,2 °C u odnosu na period od pre 150 godina. Ukoliko koncentracija ovog gasa bude nastavila da se povećava, planeta će nastaviti da se zagreva.

Klimatske promene su promene koje se pripisuju direktnim ili indirektnim ljudskim aktivnostima koje za posledicu imaju menjanje sastava atmosfere, i koje su dodatak na prirodnu varijabilnost klime, a koje su zabeležene tokom uporedivih dužih vremenskih perioda.¹⁰ [\[link\]](#)

¹⁰ Ovu definiciju klimatskih promena je usvojila Okvirna konvencija UN o promeni klime (eng. United Nations Framework Convention on Climate Change UNFCCC) u okviru koje se vode pregovori međunarodne zajednice o rešavanju ovog problema. Šira definicija, koja ne uključuje samo promene koje su se desile proteklih decenija, zbog ljudskih aktivnosti, već i one u dalekoj prošlosti koje su se desile dominantno usled prirodnih procesa može se naći u [rečniku](#) Međuvladinog panela o klimatskim promenama (eng. Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC).

Pariski sporazum (fr. *Accord de Paris*) predstavlja međunarodni ugovor o klimatskim promenama usvojen 2015. u Parizu na UN konferenciji o klimatskim promenama. Ugovor je stupio na snagu 2016. godine, a do danas, od 197 članica Okvirne konvencija UN o promeni klime (eng. *United Nations Framework Convention on Climate Change UNFCCC*) koje su sporazum potpisale, samo 4 sporazum nisu naknadno i ratifikovale na nacionalnom nivou. Osnovni dugoročni cilj sporazuma odnosi se na ograničavanje daljeg porasta prosečne globalne temperature znatno ispod 2 °C u odnosu na pre-industrijski period, naglašavajući da bi poželjna granica bila 1,5 °C. Zadržavanje porasta temperature bi značajno umanjilo negativne efekte klimatskih promena, a da bi ciljevi bili ostvareni globalne emisije gasova sa efektom staklene bašte (eng. *Greenhouse Gasses GHG*) treba smanjiti što je pre moguće i dostići nultu vrednost do sredine 21. veka. [\[sporazum\]](#)

Nacionalno opredeljeni doprinosi (eng. *Nationally determined contributions NDCs*) jesu planovi svake zemlje pojedinačno da smanji svoje GHG emisije i prilagodi se negativnim uticajima klimatskih promena, prateći šire ciljeve Pariskog sporazuma. U tom smislu svaka zemlja potpisnica sporazuma je u obavezi da usvoji svoje planove o eliminaciji emisija do sredine 21. veka i ove planove predstavi, podnese Okvirnoj konvenciji UN o promeni klime. [\[više\]](#)

Evropski zeleni dogovor (*European Green Deal ili Green Deal*) predstavlja skup politika donetih od strane Evropske komisije, sa sveobuhvatnim ciljem da Evropska unija postane klimatski neutralna, odnosno da svoje GHG emisije svede na nulu do 2050. godine, što je dugoročni cilj Pariskog sporazuma. Kratkoročni cilj politika je smanjenje

GHG za 50–55% do 2030. u odnosu na vrednosti iz 1990. godine. Usvojene politike uključuju i preispitivanje svih postojećih zakona, u smislu njihovog usaglašavanja sa ovim ciljevima, ali i uvođenje novih o cirkularnoj ekonomiji, renoviranju zgrada, biodiverzitetu, poljoprivredi i inovacijama. Evropski zeleni dogovor ne treba mešati sa Novim zelenim dogovorom (**Green New Deal**), inicijativom koja je imala slične ciljeve i koja je postojala u Sjedinjenim Američkim Državama, ali koja nije i dalje formalno realizovana. [\[više\]](#)

Sofijska deklaracija o „Zelenoj agendi” za Zapadni Balkan ili kratko Sofijska deklaracija, usvojena je od strane lidera zemalja Zapadnog Balkana, u novembru 2020. godine. Ovom deklaracijom su zemlje regiona preuzele obavezu sprovođenja mera u oblasti sprečavanja klimatskih promena i zagađenja, transformacije u oblasti energetike, očuvanja biodiverziteta, razvoja mobilnosti i cirkularne ekonomije, održive poljoprivrede i proizvodnje hrane, kako bi bio uspostavljen okvir za usaglašavanje politika ovih zemalja sa Evropskim zelenim dogovorom. [\[link\]](#)

Ugljenični otisak je ukupna emisija GHG koja je nastala kao posledica odgovarajućih aktivnosti pojedinca, događaja, organizacija, usluga ili procesa kreiranja proizvoda. Često nije moguće odrediti tačnu vrednost ugljeničnog otiska, ali i pored ovog nedostatka koncept je ostao jedan od najpopularnijih za praćenje izdvojenih doprinosa klimatskim promenama. Mnogi ga smatraju i kontroverznim konceptom, posebno od 2005. godine, kada je koncept kampanjski popularizovan od strane kompanije British Petroleum, i to posebno, personalni ugljenični otisak, što je tumačeno kao pokušaj defokusiranja odgovornosti sa kompanija na

pojedince. Ipak zbog svoje opšte popularnosti danas postoji veliki broj različitih tzv. kalkulatora ugljeničnog otiska, čija kompleksnost ide od jednostavnih preliminarnih procena do tematski definisanih, kao što su kalkulatori za [događaje](#) ili turneje.

Energetski pasoš je sertifikat o energetskim svojstvima zgrade koji izdaje ovlašćena organizacija. U njemu su iskazane kvantitativne informacije koje uključuju proračun potrebne energije za grejanje, odnosno energetski razred nekretnine, ali i kvalitativne informacije o korišćenim materijalima, uslovima komfora u objektu i preporuke za unapređenje komfora i smanjenje potrošnje energije. [\[više\]](#)

Energetski audit (pregled) predstavlja proces koji se obavlja u svrhu preduzimanja aktivnosti na smanjenju potrošnje energije ili uštede u smanjenju gubitaka energije. Sam pregled može sadržati i izveštaj koji ukazuje na predložene mere za uštedu energije, sa procenom ušteda i procenom potrebnog ulaganja. Pregled obično izrađuje konsultantska kuća ili kompanija koja se bavi ovom vrstom specijalizovane usluge.

Garancije porekla (za obnovljive izvore energije) jeste elektronski dokument koji ima isključivo funkciju da krajnjem kupcu tj. potrošaču energije, dokaže da je određena količina električne energije koja mu je dostavljena proizvedena iz obnovljivih izvora, tj. da je „zelena”. Ovaj dokument se prvo izdaje proizvođaču „zelene” električne energije, a zatim krajnji kupac od snabdevača može kupiti garanciju, čime se dokazuje da je deo potrošene energije proizveden iz obnovljivih izvora. Mehanizam je osmišljen kao podsticaj za proizvodnju energije iz obnovljivih izvora, ali i kao način kojim se indirektno podiže svest o važnosti zaštite životne

sredine o klimatskim promenama. Sve veći broj organizacija i kompanija u svetu se odlučuje na kupovinu ovih garancija na godišnjem nivou za celokupno procenjenu godišnju potrošnju. [\[više\]](#)

Kupac-proizvođač (prozjumer) predstavlja koncept u kome pojedinci, ali i institucije mogu ostvariti status i proizvođača i potrošača električne energije i detaljno je definisan novim Zakonom o energetici i odgovarajućom uredbom. Kupac-proizvođač razlikuje se od običnog kupca električne energije tako što je na unutrašnje instalacije priključio sopstveni obnovljivi izvor energije (npr. solarne panele), pri čemu se proizvedena električna energija koristi za snabdevanje sopstvene potrošnje, a višak proizvedene električne energije isporučuje u prenosni sistem. U zavisnosti od odnosa proizvodnje i potrošnje kupac-proizvođač može da doplati deo energije koju je iskoristio a koju on nije sam proizveo, ali i da proda višak ukoliko je više proizveo nego što je sam potrošio. [\[uredba\]](#)

Zelena javna nabavka predstavlja proces u kojem javni sektor/naručioci nastoje da nabave dobra, usluge i radove sa smanjenim uticajem na životnu sredinu kroz njihov životni ciklus, u odnosu na dobra, usluge i radove koji bi inače bili nabavljeni, a koji imaju istu primarnu funkciju. Ovakvim pristupom se omogućava da kroz posvećen pristup nabavci koja ne uključuje samo inicijalne troškove za dobra, radove i usluge, već i stavljanjem pažnje na uticaje koje oni imaju u različitim fazama životnog ciklusa, može doći do značajnih ušteda, smanjenih negativnih uticaja na životnu sredinu i pozitivnih uticaja na društvo. U Srbiji ovaj proces predstavlja dobrovoljni regulatorni instrument. [\[više\]](#) i [\[više\]](#)

Cirkularna ekonomija predstavlja regenerativni ekonomski sistem u okviru kojeg se proizvodni resursi, otpad, emisija otpada i energetske odliv bitno umanjuju usporavanjem, zaokruživanjem i produžavanjem energetske i materijalne ciklusa (životnih krugova) u proizvodnji. To se ostvaruje pre svega osmišljavanjem i stvaranjem proizvoda na takav način da im se maksimalno produži životni vek, ali i održavanjem, servisiranjem i reciklažom. [\[više\]](#)

NACIONALNI DOKUMENTI I KORISNI LINKOVI

- Zakon o klimatskim promenama [[link](#)]
- Nacionalno opredeljeni doprinosi Srbije [[link](#)]
- Drugi izveštaj Republike Srbije prema Okvirnoj konvenciji UN o promeni klime [[link](#)]
- Nacrt Strategije niskog ugljeničkog razvoja [[link](#)]
- Akcioni plan adaptacije na klimatske promene – Grad Beograd [[link](#)]
- Zakon o energetici [[link](#)]
- Nacionalni registar preduzeća i kompanija koje se bave sakupljanjem, transportom, skladištenjem, tretmanom i odlaganjem opasnog i neopasnog otpada [[link](#)] i interaktivni portal [[link](#)]
- Reciklažni centri u Beogradu [[link](#)]
- Reciklažni kontejneri i zvona za ambalažni otpad u Beogradu [[link](#)]
- Tabele sa predlozima za reciklažu raznovrsnih materijala ili njihovu ponovnu upotrebu [[link](#)]

- www.greenproductionguide.com
- www.greenproductionguide.com/wp-content/uploads/2017/04/GPG_Waste_Signage_v1.pdf
- www.down2earthmaterials.ie
- www.food.cloud
- www.fireflygreenenergy.co.uk
- www.bbc.co.uk/sustainability

