

**ISTRAŽIVANJE PRAKSI I POTENCIJALA  
AV PRODUKCIJA U KONTEKSTU  
ZELENE TRANSFORMACIJE**

The logo for Green Art Incubator is a circular, watercolor-style splash of green paint. It features a dark green center that fades into a lighter, lime green outer ring. The text "GREEN ART INCUBATOR" is printed in white, bold, uppercase letters across the center of the splash.

**GREEN ART  
INCUBATOR**

# O GREEN ART INKUBATORU

**Green Art Incubator** je inicijativa eksperata i profesionalaca u interdisciplinarnom polju, koja u centar promišljanja smešta uspostavljanje odnosa umetnosti prema aktuelnoj klimatskoj krizi.

Polazeći od stava da umetnost danas ostvaruje ulogu društvenog agenta, ne samo ukazivanjem na određene političke i društvene probleme zajednice na nivou narativa, već i kroz svoje ukupne poslovne strategije i organizacionu kulturu koju neguje Green Art Incubator, obezbeđivanjem edukacije i osnaživanjem organizacija u kulturi, za cilj ima iniciranje ekološkog zaokreta srpske kulturne i umetničke produkcije, te afirmaciju intenzivnijeg učešća kulturne javnosti u ekološkom dijalogu. Kroz mapiranje, istraživanje, zagovaranje i promociju transformacije

politika i organizacionih procesa savremenih produkcionih sistema, organizacije se podstiču na aktivniji doprinos održivom razvoju zajednice i stiču neophodna znanja i veštine u kontekstu reagovanja na posledice očekivanih štetnih uticaja kulturne produkcije na životnu sredinu.

# O ISTRAŽIVANJU

Zasnovano na značaju ekološke održivosti načina rada u savremenim kulturnim sistemima, realizovano je istraživanje praksi i potencijala produkcijskih kuća u kontekstu njihove zelene transformacije. Istraživački postupak obuhvatio je analizu različitih aspekata procedura rada sa stanovišta ekološke održivosti, te omogućio konkretne kvalitativne i kvantitativne nalaze o izazovima i mogućnostima tranzicije njihovih praksi u pravcu primene zelenih principa rada.

Istraživanje je obuhvatilo 28 produkcijskih kuća, metodološki je koncipirano kao online anketa, a tematske celine istraživačkog okvira analizirane su kroz odgovore ispitanika na 55 pitanja kojima su prikupljeni podaci o postojećim iskustvima i izazovima, kao i o mogućim budućim

pravcima i perspektivama osnaživanja ekološkog zaokreta polja kulture u celini.

Od 28 analiziranih firmi 11 je osnovano posle 2010., 14 između 2000. i 2010. a 3 pre 2000. godine. Najveći broj njih - 17 ima 1-5 zaposlenih, zatim 6 firmi ima 5-10 zaposlenih, jedna ima 10-30 dok preostale četiri imaju preko 30 zaposlenih. Nešto više od jedne polovine analiziranih produkcija (16/28) ima sopstveni prostor iz koga realizuje svoje poslovne aktivnosti. Međutim ni jedna od anketiranih firmi, bilo da imaju ili nemaju sopstveni prostor, nema svoje kancelarije u zgradi koja je energetska stratifikovana.

U smislu oblasti delovanja najčešće je navedena produkcija igranih filmova, što je navelo 19 od 28 ispitanika. Učestalost ostalih oblasti delovanja dati su u tabeli.

Produkcija igranih filmova (igrani i dokumentarni)  
Produkcija igranih serija  
Servisna produkcija inostranih igranih filmova  
Servisna produkcija inostranog serijskog sadržaja  
Post produkcija igranih filmova i serija  
Produkcija reklamnih sadržaja  
Servisna produkcija reklamnih sadržaja

~~###~~ ~~###~~ ~~###~~ ~~###~~ (19/28)  
~~###~~ ~~||~~ (8/28)  
~~###~~ ~~||~~ (7/28)  
~~###~~ (5/28)  
~~||~~ (3/28)  
~~||~~ (2/28)  
~~||~~ (2/28)

1  
4

FIRMI IMALA JE ISKUSTVO SA EKO-ODRŽIVIM PRAKSAMA.  
U ODNOSU NA ODGOVORE ISPITANIKA ONE SE ODOSE NA:

BRIGU, NA SVIM PROJEKTIMA,  
O RECIKLAŽI I OTPADIMA KOJI SE ODLAŽU  
NA SPECIFIČAN NAČIN.

SMANJIVANJE ŠTAMPANIH MATERIJALA,  
ELEKTRONSKO SLANJE I ARHIVIRANJE DOKUMENTACIJE.

RECIKLAŽU NA SETU I U KANCELARIJI,  
SKUPLJANJE ČEPOVA I PET AMBALAŽE,  
IZBEGAVANJE KORIŠĆENJA PLASTIČNIH KESA.

UČEŠĆE NA RADIONICAMA ORGANIZACIJE GREEN THE BID  
PROMOCIJU EKO-ODRŽIVIH PRAKSI U JAVNOSTI,  
SNIMANJEM DOBRIH I POZITIVNIH PRIMERA

PERMAKULTURNI DIZAJN PRIMENJEN U DVORIŠTU  
POSLOVNOG PROSTORA I USVAJANJE PRINCIPA  
ODRŽIVE ARHITEKTURE PRILIKOM ADAPTACIJE  
OBJEKATA POSLOVNOG PROSTORA  
(SA PETOGODIŠNJIM INVESTICIONIM PLANOM ZA  
POTPUN PRELAZAK NA OBNOVLJIVE IZVORE ENERGIJE,  
SOLARNE PANELE I INVERTORE).

ZDRAVORAZUMSKO SUZDRŽAVANJE OD VIŠKA SMEĆA  
I NEPOTREBNIH "GLUPOSTI", REDOVNA RECIKLAŽA.

Takođe **40%** anketiranih je navelo da primenjuje praksu nabavke kancelarijskog materijala koji predstavlja eko alternativu standardnoj ponudi (reciklirani papir, papirnati selotejp, eko toneri, ...), dok polovina njih prilikom opremanja kancelarijskog prostora obraća pažnju na nabavku uređaja visoke energetske efikasnosti. S obzirom da se reciklaža pojavljuje u više eksplicitnih odgovora o eko-održivim praksama ne čudi da skoro 60% organizacija u kancelariji ima postavljanje punktove za razvrstavanje reciklažnog otpada.

Firme najčešće razvrstavaju plastiku i papir, a zatim baterije, dok neke od njih razvrstavaju i staklo i metal, kao i tonere, elektronski i organski otpad. Jedna od firmi navela je i praksu kompostiranja organskog otpada.

Međutim tek je trećina (**31%**) organizacija uspostavila kontakt sa eko kompanijama za razvrstavanje i recikliranje otpada. Šta više, ispitanici eksplicitno navode vrlo malo pozitivnih iskustava u ovom kontekstu:



„Menadžeri lokacija uspešno saraduju sa Gradskom čistoćom, koja nam na sve lokacije na kojima se zadržavamo, doprema reciklažne kontejnere koje mi plaćamo.“



„Loše nam je iskustvo, moramo da ih molimo da dođu da promene kutiju koja se često pocepa.“



„Iskustvo nam je užasno. Potrošili smo jako puno vremena i niko nije želeo da dođe i preuzima materijale za reciklažu. Do te mere smo se smorili da smo izgubili svaku želju da recikliramo.“



„Nosimo sami na recikliranje.“



„Komplikovano jer traže da obezbedimo velike količine otpada kako bi došli da ga preuzmu.“



„Komplikovano za PET ambalažu jer je minimalna količina po koju dolaze 100 kg tako da smo prešli na eko kese po koje JKP Gradska Čistoća dolazi 1 nedeljno.“



„Konfuzno.“

Jedna trećina anketiranih firmi se u dosadašnjim procesima pitching-a i prikupljanja sredstava susrela sa kriterijumom/ima iz domena ekološke održivosti i smanjenja negativnih uticaja na životnu sredinu projekta u kontekstu procedure proizvodnje.

S aspekta opšte orijentacije organizacija ka ekološkom postupanju odgovori sugerišu o postojanju ekološke svesti među zaposlenima, te povremenoj primeni zelenih koncepata-dominantno, sem nekih izuzetaka, zasnovano na ličnoj inicijativi, slučajnom izboru ili okolnostima.

## KORIŠĆENJE BOČICA ZA VIŠEKRATNU UPOTREBU MEĐU ZAPOSLENIMA



SVI



POJEDINI  
KORISTE



NIKAD NE  
KORISTE

NABAVKA  
EKOLOŠKI.  
PRIHVATLJIVIH  
SREDSTAVA ZA  
ČIŠČENJE



MOŽDA, NE OBRAČAMO  
PAŽNJU PRILIKOM  
NABAVKE

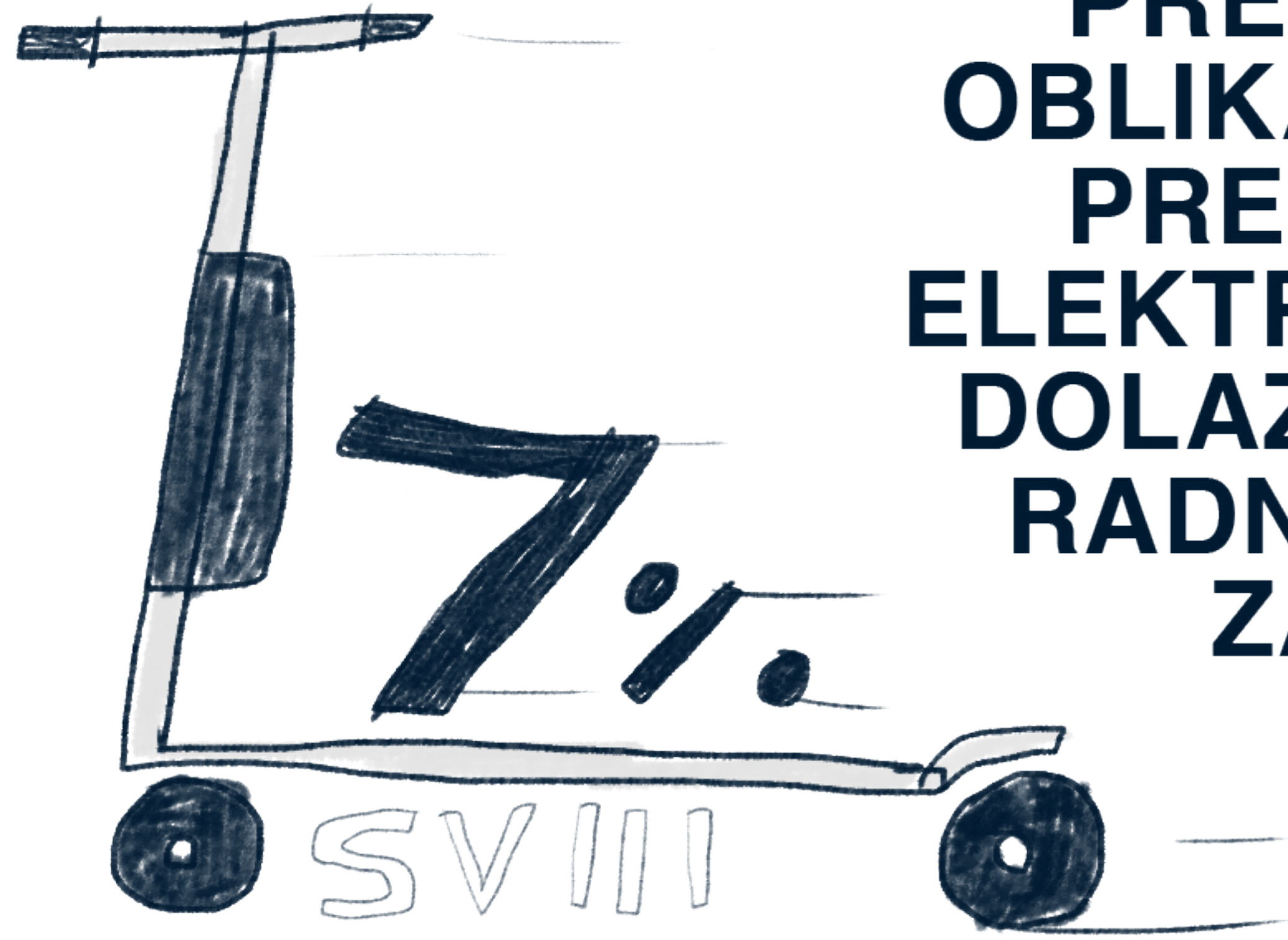
SVI

NE

NIKAD



**KORIŠĆENJE JAVNOG  
PREVOZA ILI NEKOG  
OBLIKA ALTERNATIVNOG  
PREVOZA (BICIKL ILI  
ELEKTRIČNI TROTINET) ZA  
DOLAZAK I ODLAZAK SA  
RADNOG MESTA MEĐU  
ZAPOSLENIMA.**





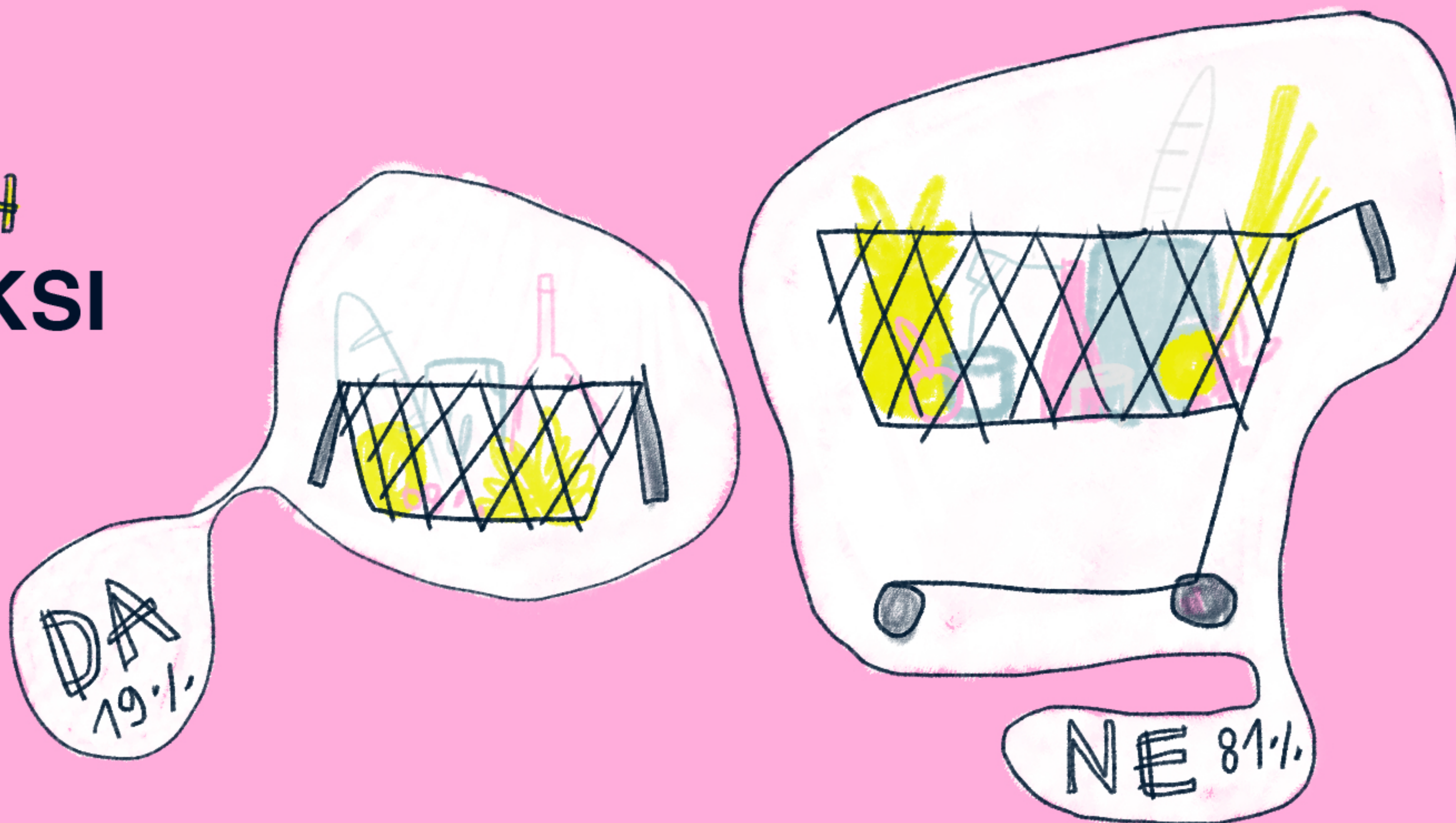
## KORIŠĆENJE „SHARE TRANSPORTATION“ MODELA MEĐU ZAPOSLENIMA



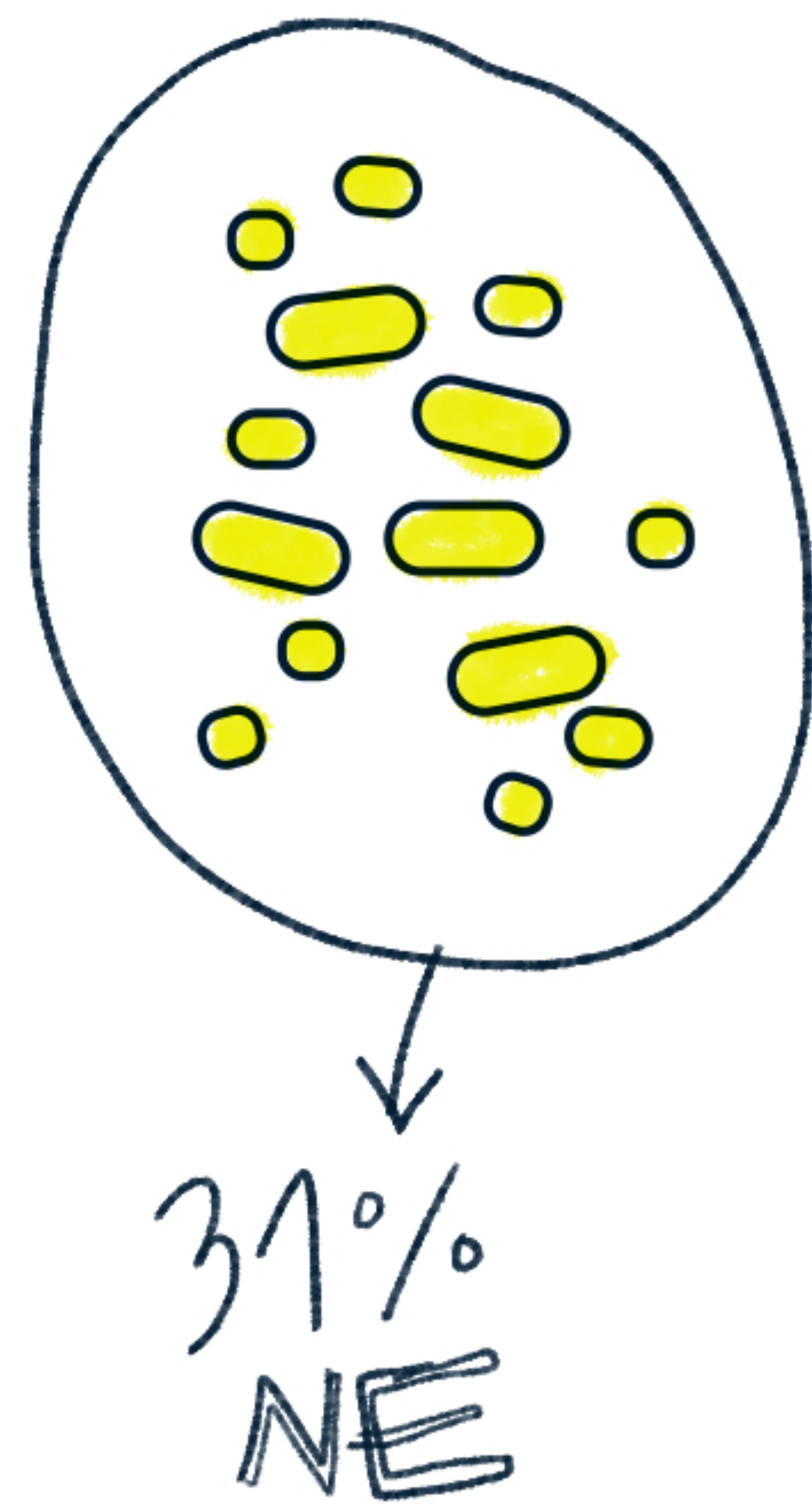
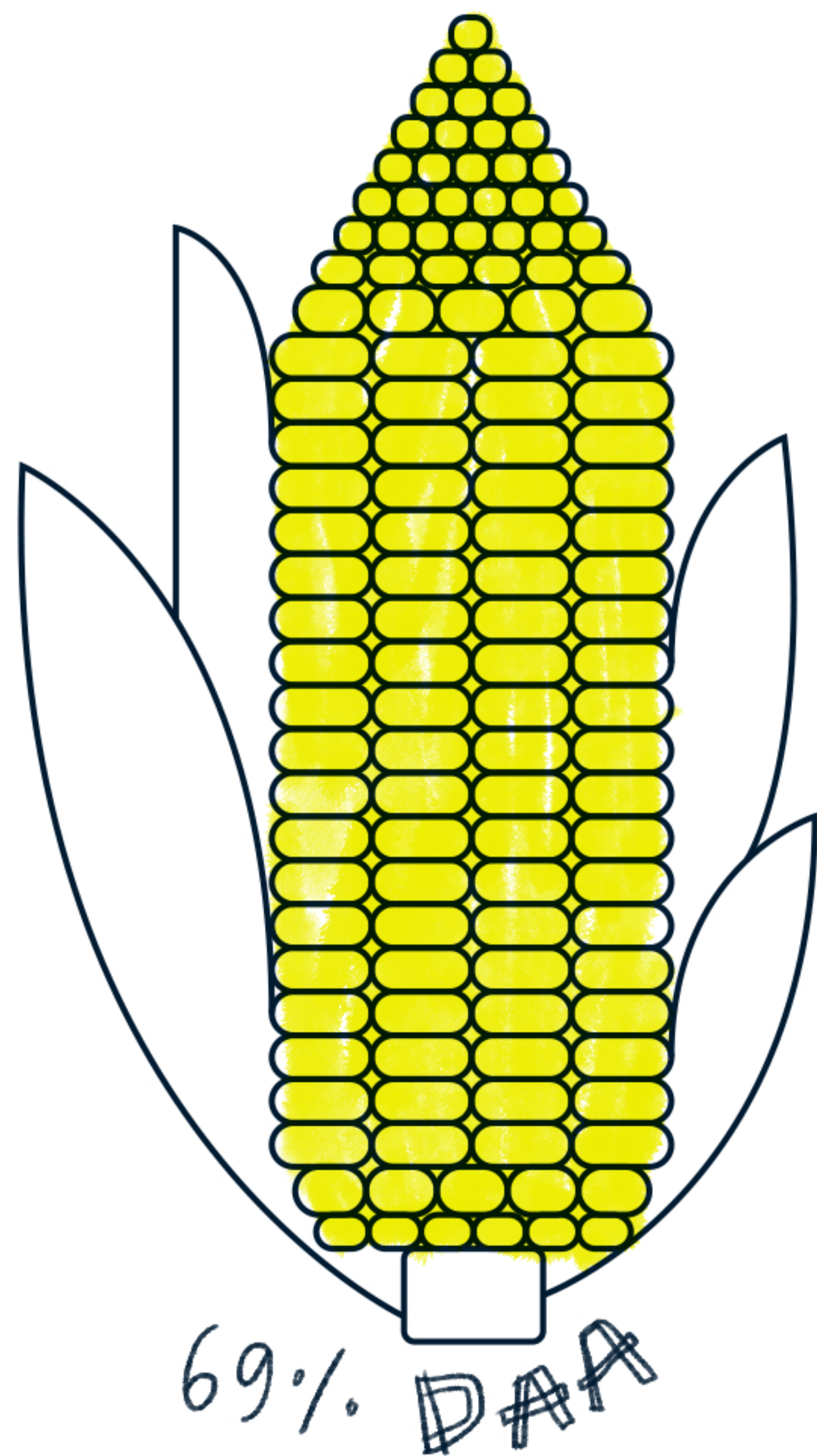
# PRIMENA ZELENIH KONCEPATA U PRAKSI

KETERING

FIRMA KOJA JE ANGAŽOVANA ZA USLUGE  
KETERINGA U PERIODU PRODUKCIJE, OD NAS JE  
DOBILA UPUTSTVO DA NABAVLJA NAMIRNICE OD  
DOMAĆIH PROIZVOĐAČA



PRIMETILI STE  
POVEĆAN  
BROJ ZAHTEVA ZA  
VEGETERIJANSKIM/  
VEGANSKIM NAČINOM  
ISHRANE MEĐU  
ČLANOVIMA EKIPE



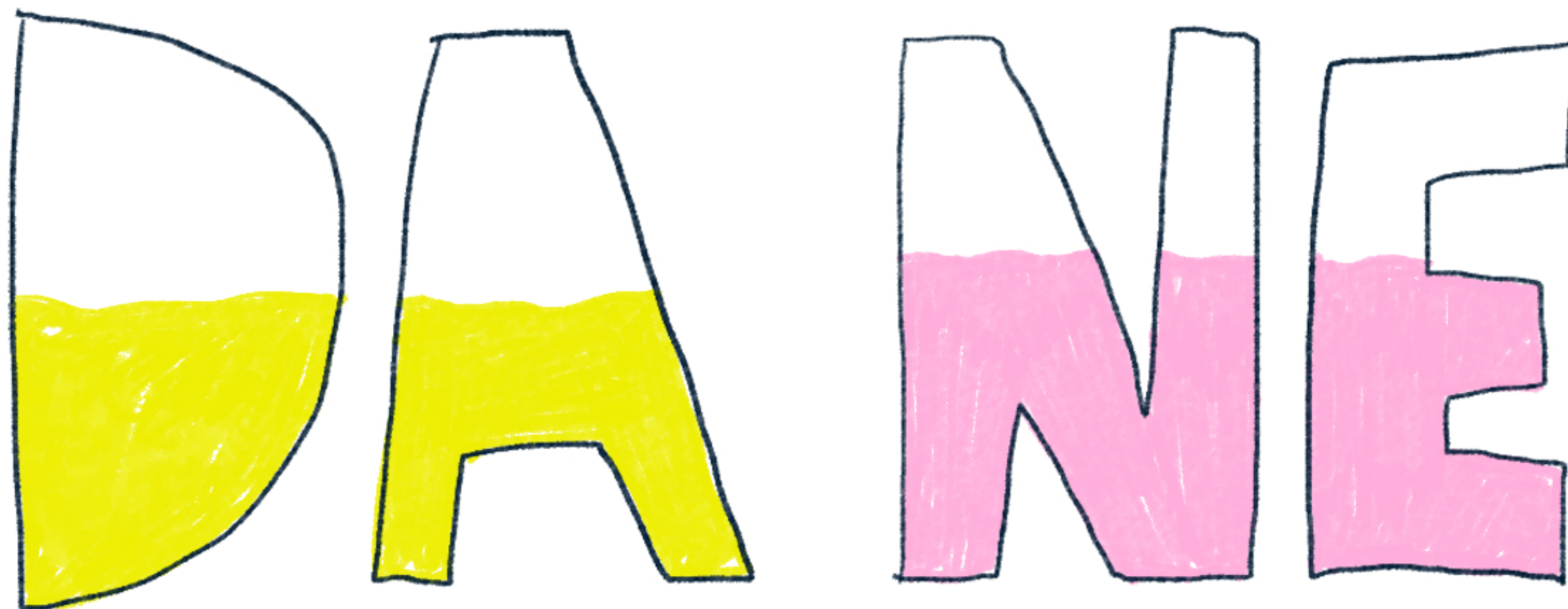
FIRMA KOJA JE ANGAŽOVANA ZA USLUGE KETERINGA U PERIODU  
PRODUKCIJE, DOBILA JE OD NAS UPUTSTVO DA NABAVLJA I KORISTI TANJIRE,  
ČAŠE I ESCAJG ZA VIŠENAMENSKU UPOTREBU.

42% 58%

DA

NE

FIRMA KOJA JE ANGAŽOVANA ZA USLUGE  
KETERINGA U PERIODU PRODUKCIJE,  
DOBILA JE UPUTSTVO ZA DONIRANJE  
PREOSTALE HRANE.

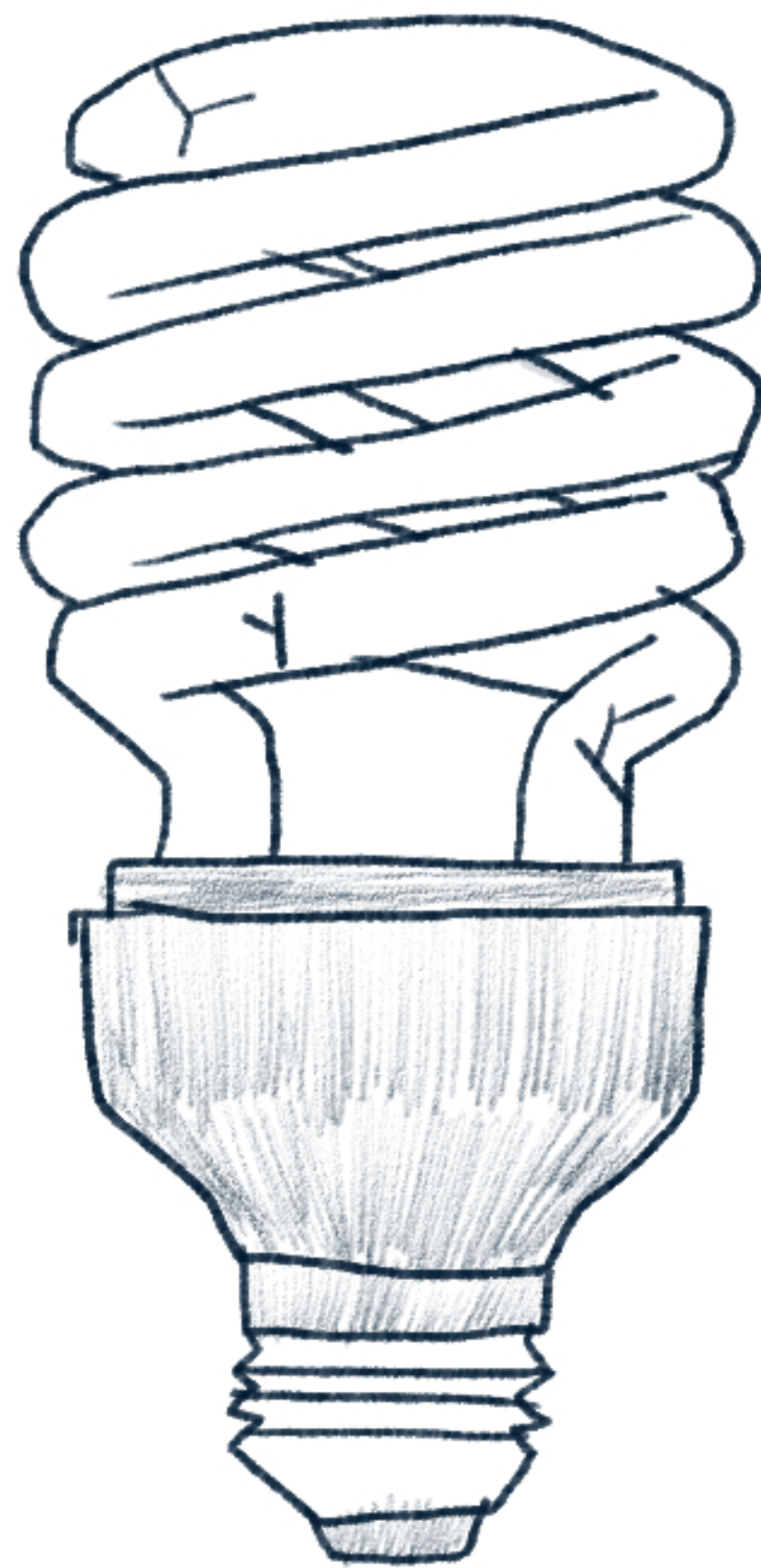


46%

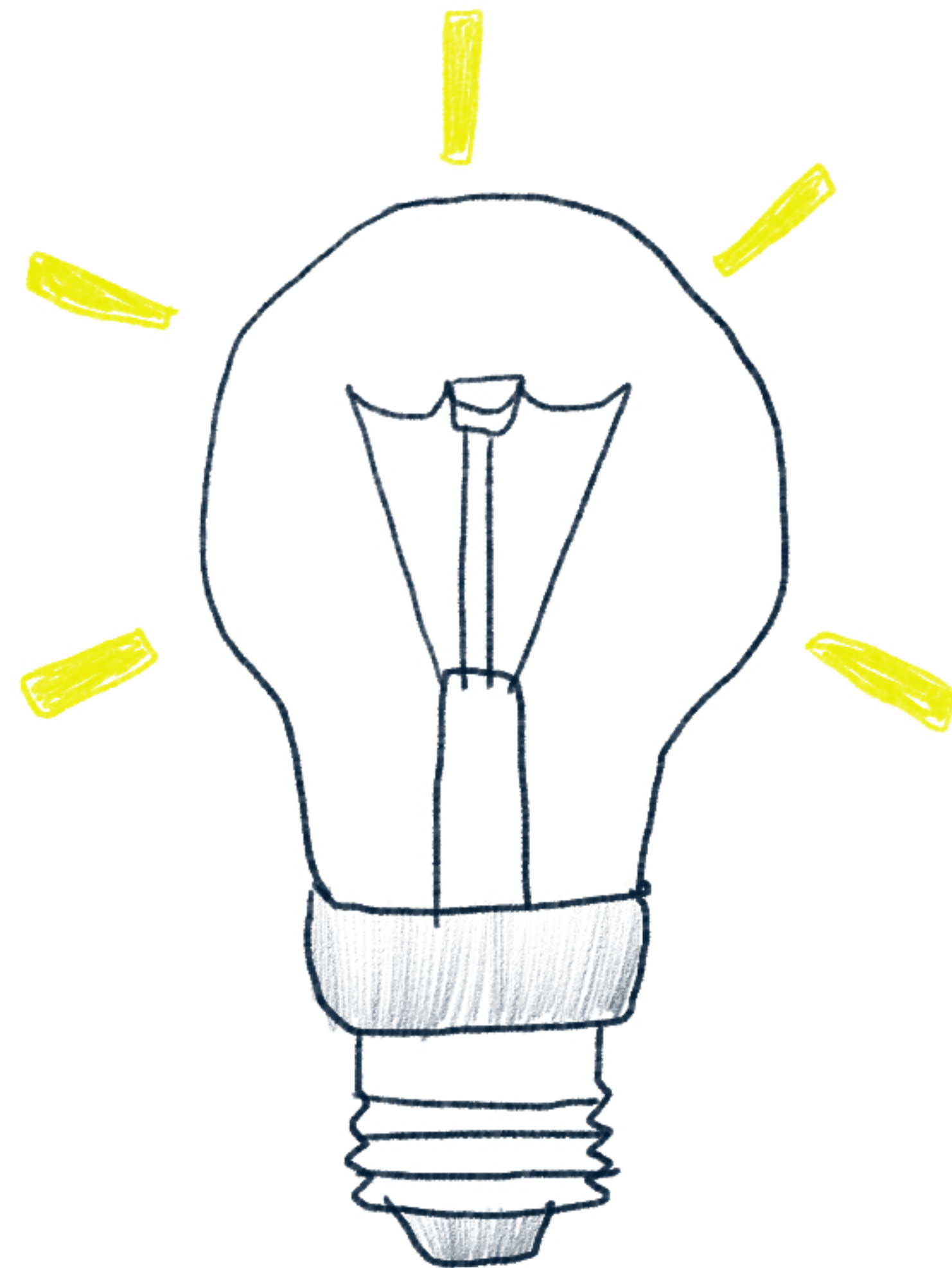
54%

# LOKACIJA

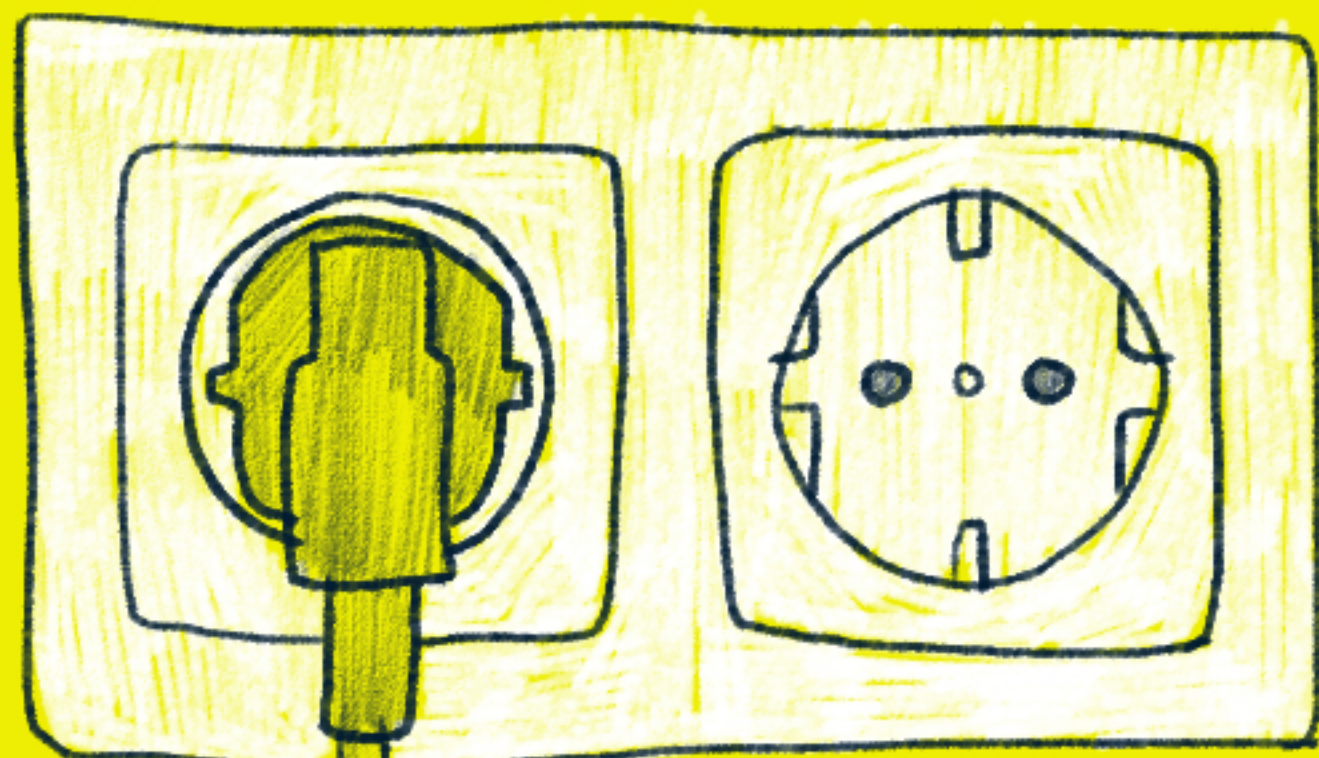
**ZA IZBOR LOKACIJE SNIMANJA  
(STUDIO, STAN I SL.)  
FIRMA JE PROVERAVALA  
(ILI IMALA ZAHTEV DA PROVERI)  
DA LI IMAJU CERTIFIKATE  
O ENERGETSKOJ EFIKASNOSTI?**



DA 12%.



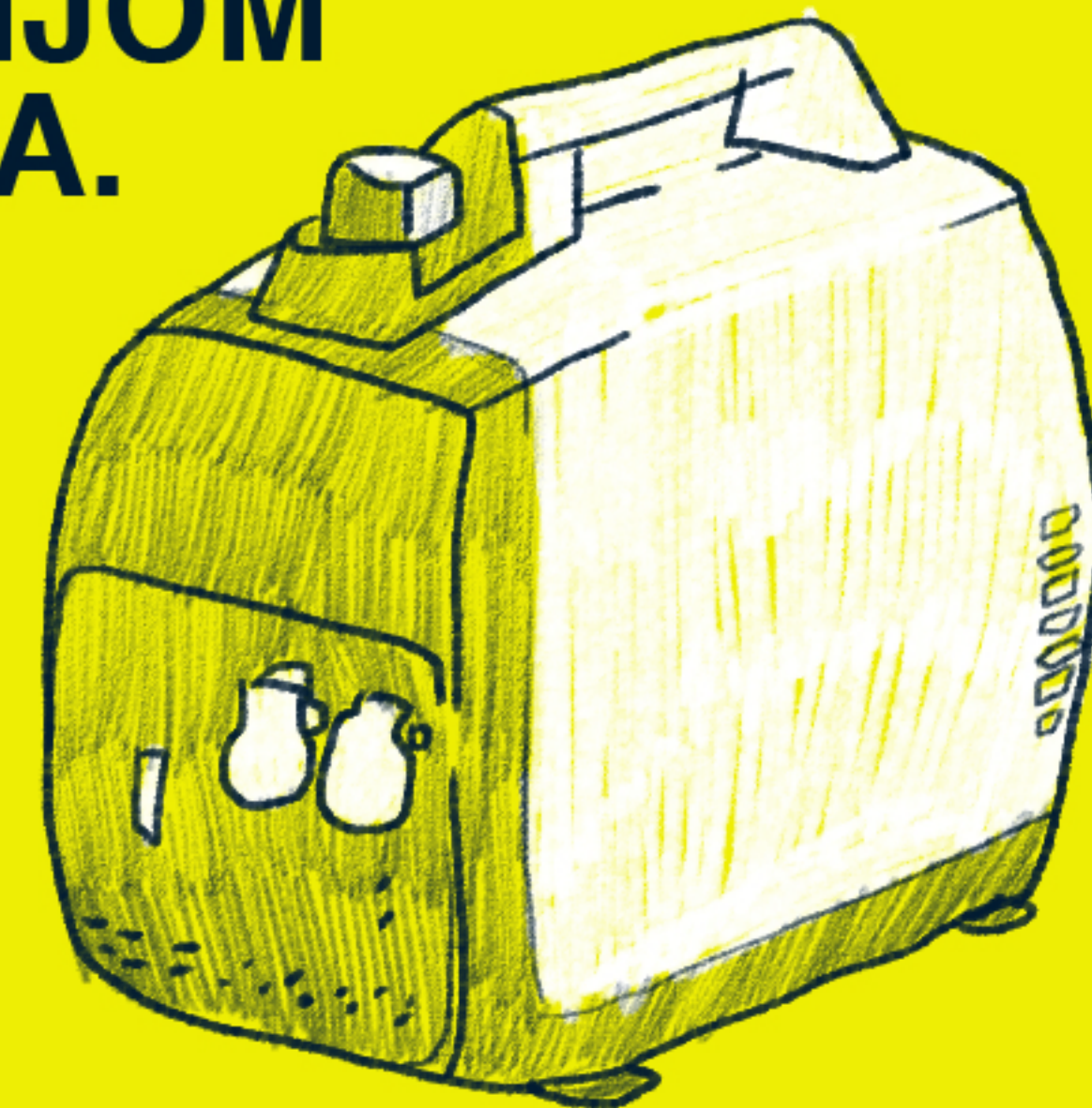
NE 88%.



**UVEK KADA JE TO MOGUĆE PRODUKCIJA  
NA SNIMANJIMA TEŽI DA KORISTI STANDARDNU  
MREŽU ZA NAPAЈANJE ELEKTRIČNOM ENERGIЈOM  
(„GROUND NETWORK“) UMESTO AGREGATA.**

DA  
69%

NE  
31%



# TRANSPORT

**PRI IZBORU TRANSPORTNIH VOZILA,  
VODITE RAČUNA DA ONA BUDU SA  
EURO 5 ILI VIŠOM KLASOM MOTORA**

**DA**  
**33%**

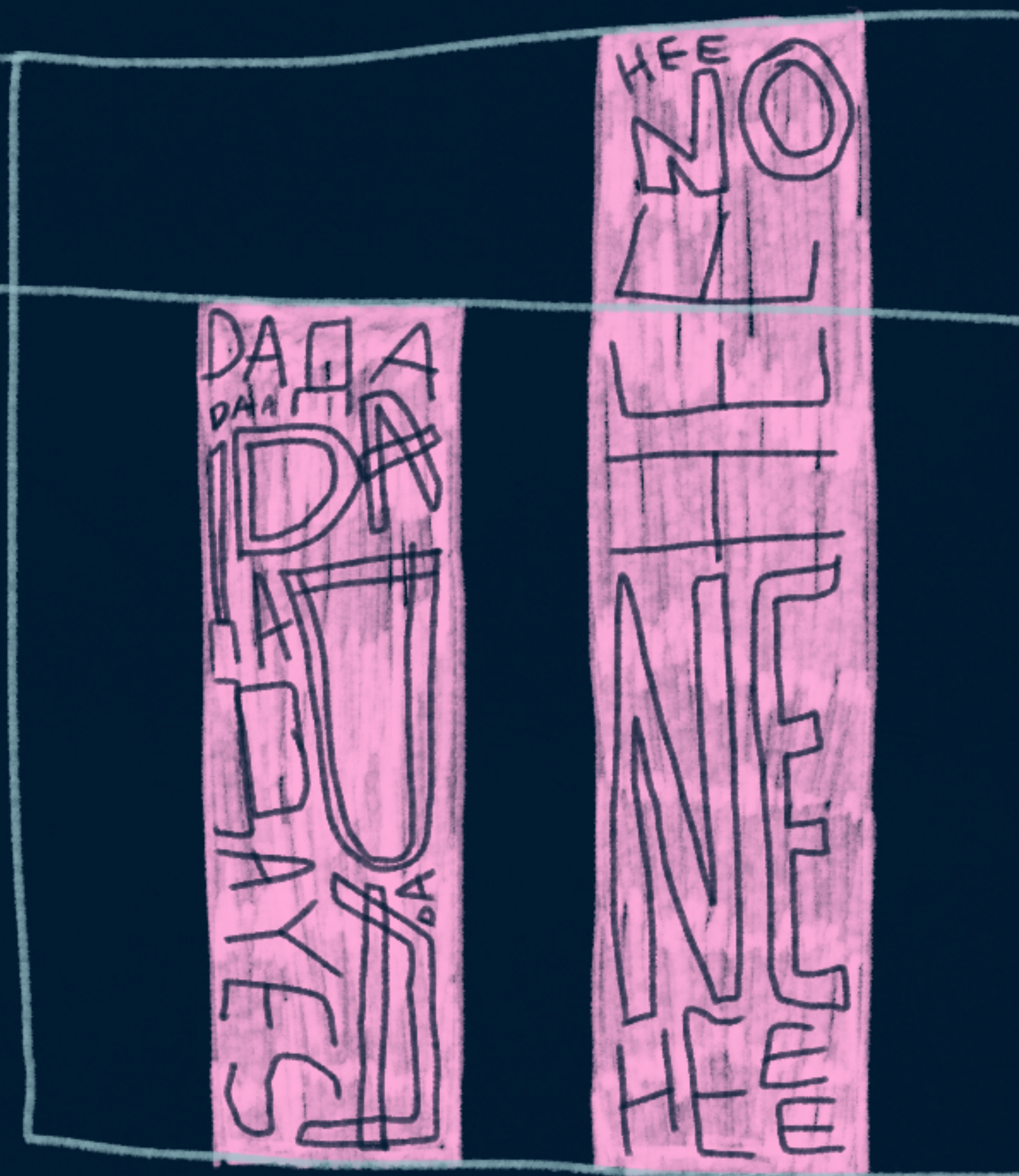
**NE**  
**67%**



VÁŠA FIRMA TOKOM  
SVIHX FAZAX PRODUKCIJE  
VODI RAČUNA O  
OPTIMIZACIJI  
POTROŠNJE GORIVA,  
UPOREĐIVANEM  
PODATAKA

52%

48%



# SCENOGRAFIJA & KOSTIM

Polovina anketiranih organizacija tvrdi da nikada tokom kreativnog razvoja projekta ne vodi dijalog o zelenim konceptima rada, kao ni o adaptaciji ideje, dizajna u odnosu na upotrebu postojećih elementa dekora i scenografije. Nešto više od trećine – 38%, je odgovorilo da se dijalog vodi po nekada, dok je samo u 12% organizacija ovo uvek prisutna praksa, prilikom svih projekata.

## U ovom procesu navedene su sledeće prepreke:

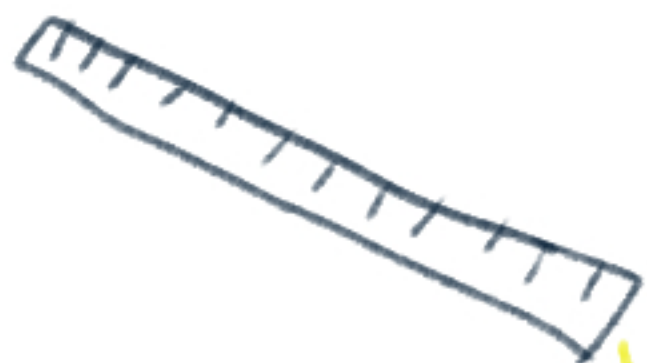
- Nedovoljni kapaciteti za reciklažu - određeni otpad sa scenografije otprema se na deponiju u Novi Sad jer bliža ne postoji.
- Recikliranje materijala i korišćenje polovne građe je često nemoguće zbog klijenata i njihovih zahteva.

## S druge strane, među nalazima istraživanja moguće je identifikovati samo jedan dobar primer:

- „Imali smo dobro iskustvo da je čitavu scenografsku drvenu građu preuzela firma koja se bavi gradnjom scenografije i na taj način smo reciklirali otpad i kompenzovali trošak rušenja objekata.“

# UPOTREBA MATERIJALA ZA POTREBE SCENOGRFIJE I KOSTIMA KOJI IMAJU ŠERTIFIKAT U SKLADU SA PRINCIPIMA ODRŽIVOG RAZVOJA JE

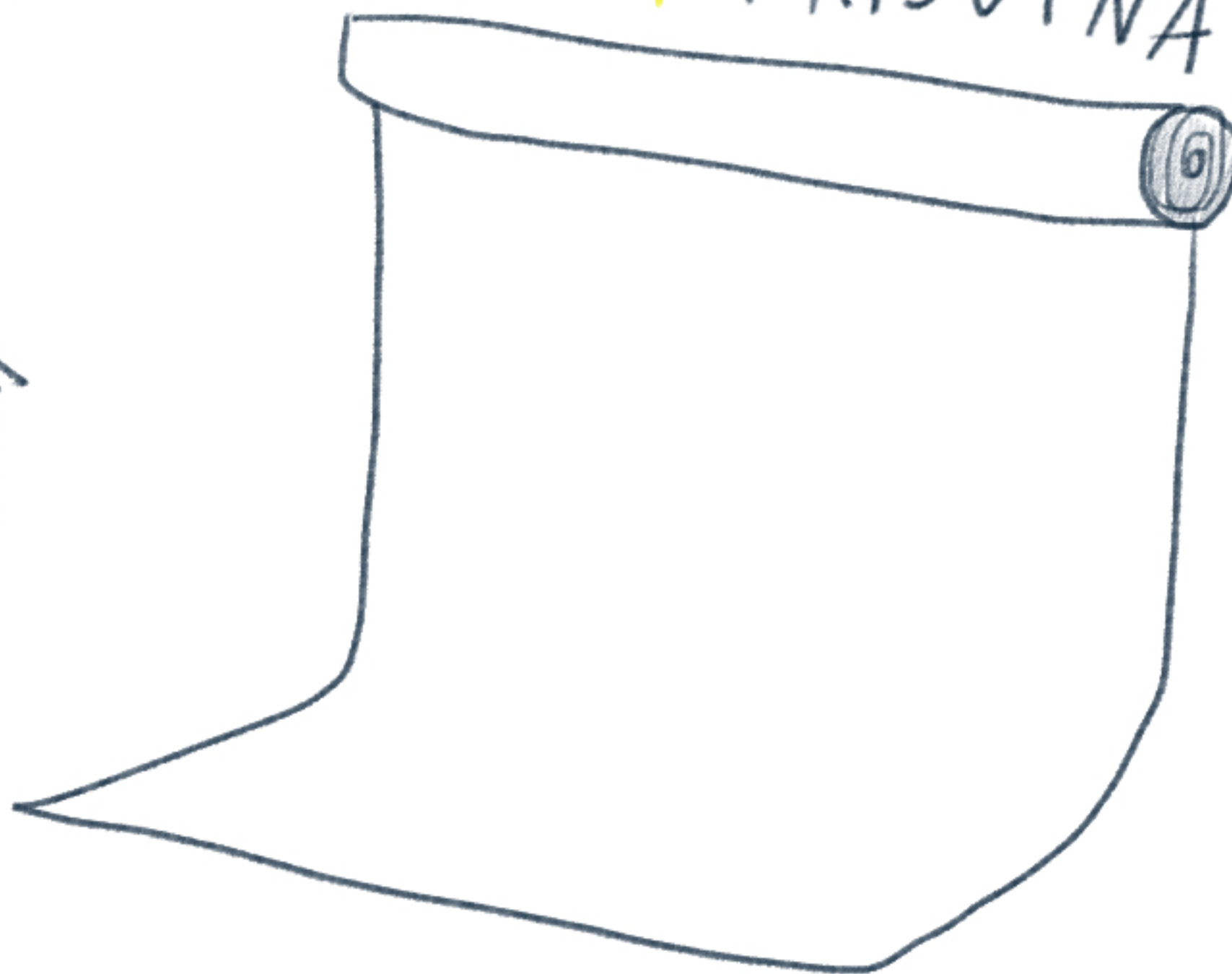
VEOMA PRISUTNA 0%



PRILIČNO PRISUTNA 4%

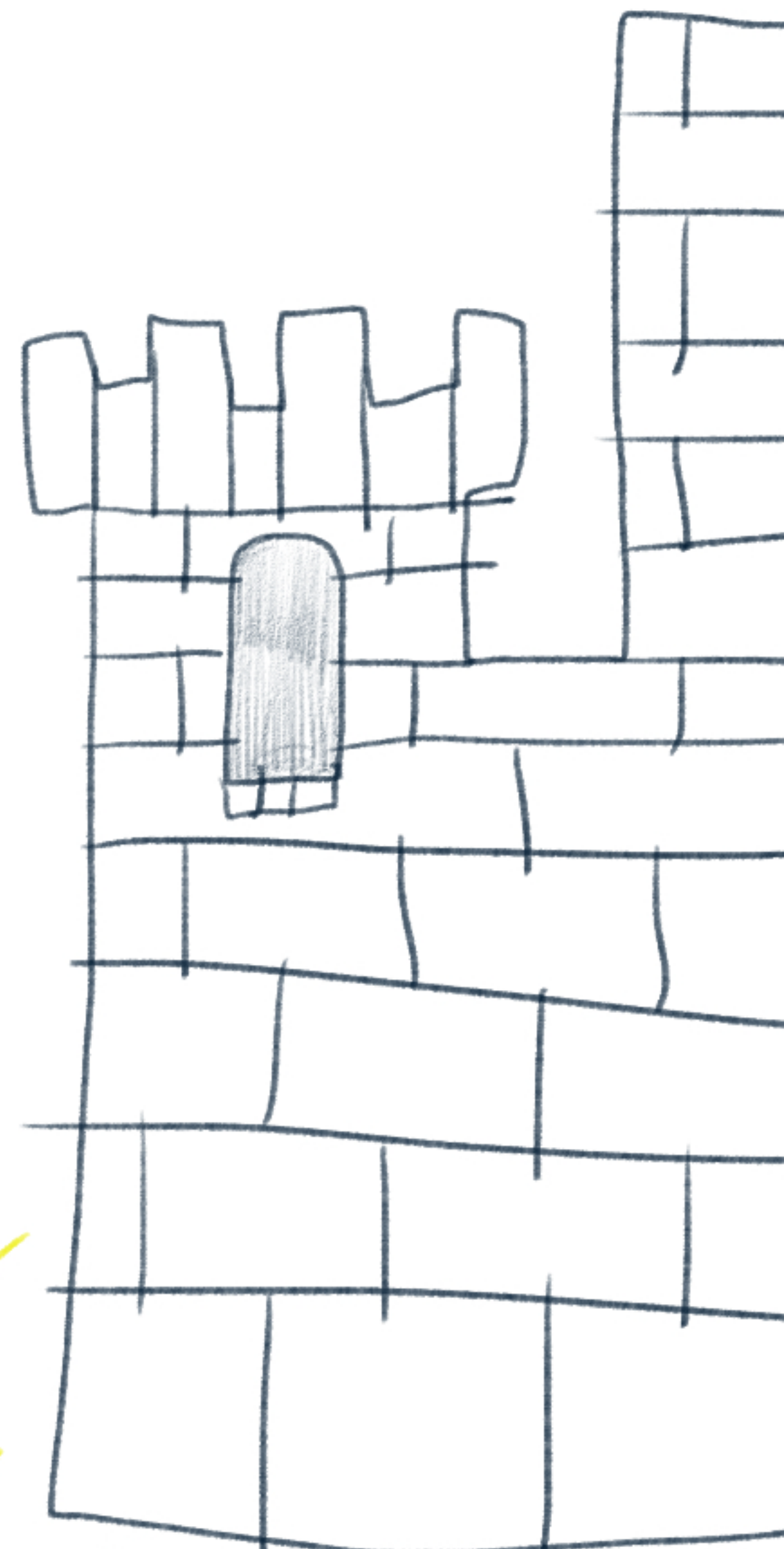


SREDNJE PRISUTNA 16%

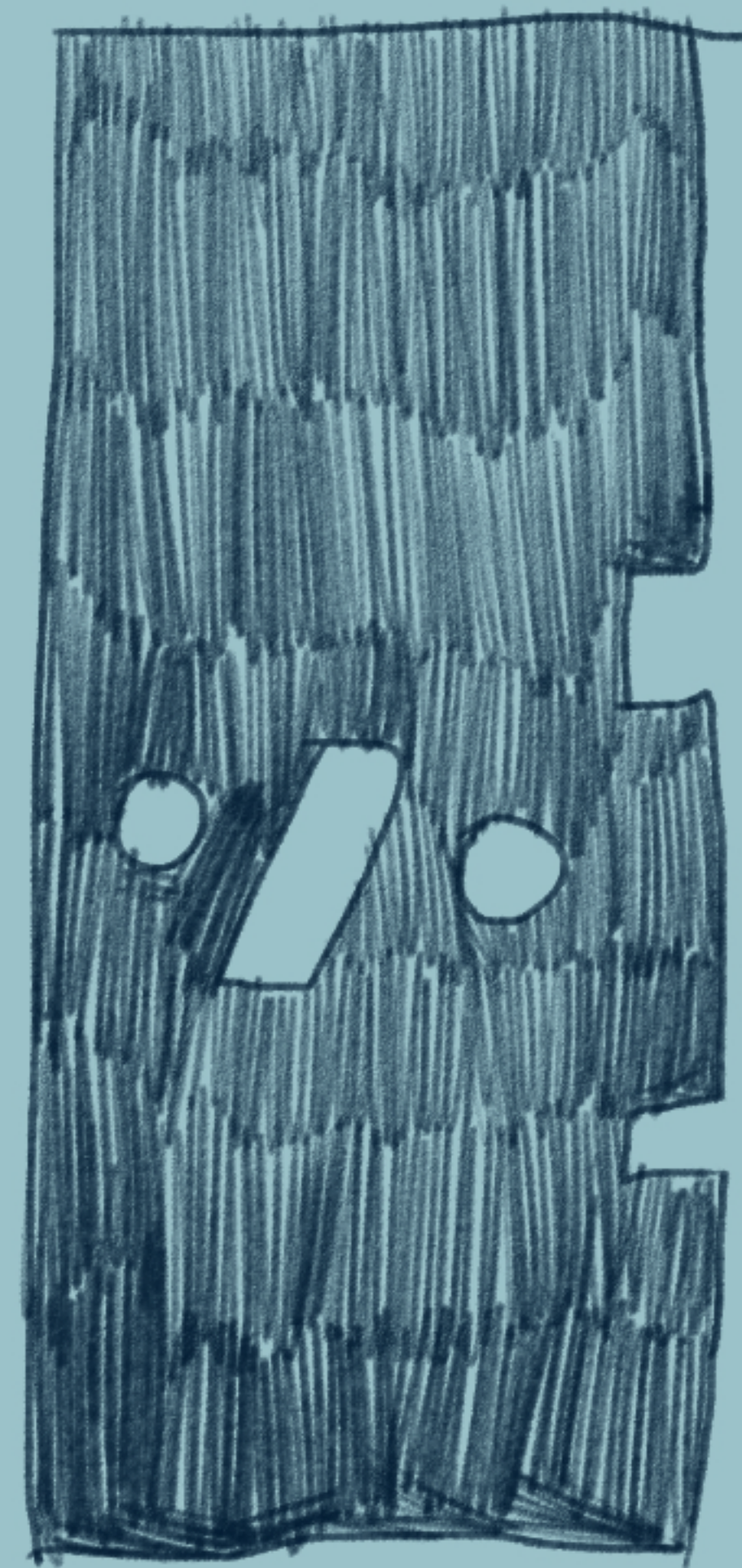


MALO PRISUTNA 36%

NIMALO PRISUTNA 44%



VAŠA FIRMA JE IMALA  
ISKUSTVO DONIRANJA  
ILI POLOVNE PRODAJE  
ELEMENTA SCENOGRAFIJE



NIMALO 38%  
PRISUTNO

MALO 31%  
PRISUTNO

SREDNJE  
PRISUTNO 23%

**UPOTREBA MATERIJALA ZA POTREBE SCENOGRFIJE  
I KOSTIMA KOJI IMAJU SERTIFIKAT U SKLADU SA  
PRINCIPIMA ODRŽIVOG RAZVOJA JE**

PRILIČNO 8%  
PRISUTNO

VEOMA  
PRISUTNO

**U DOSADAŠNJEM ISKUSTVU U PERIODU PRODUKCIJE FIRMA JE KORISTILA  
KONTEJNERE ILI BOKSOVE ZA ODLAGANJE SCENOGRFSKOG  
OTPADA I POTROŠNU REKVIZITU PRE I NAKON SNIMANJA**

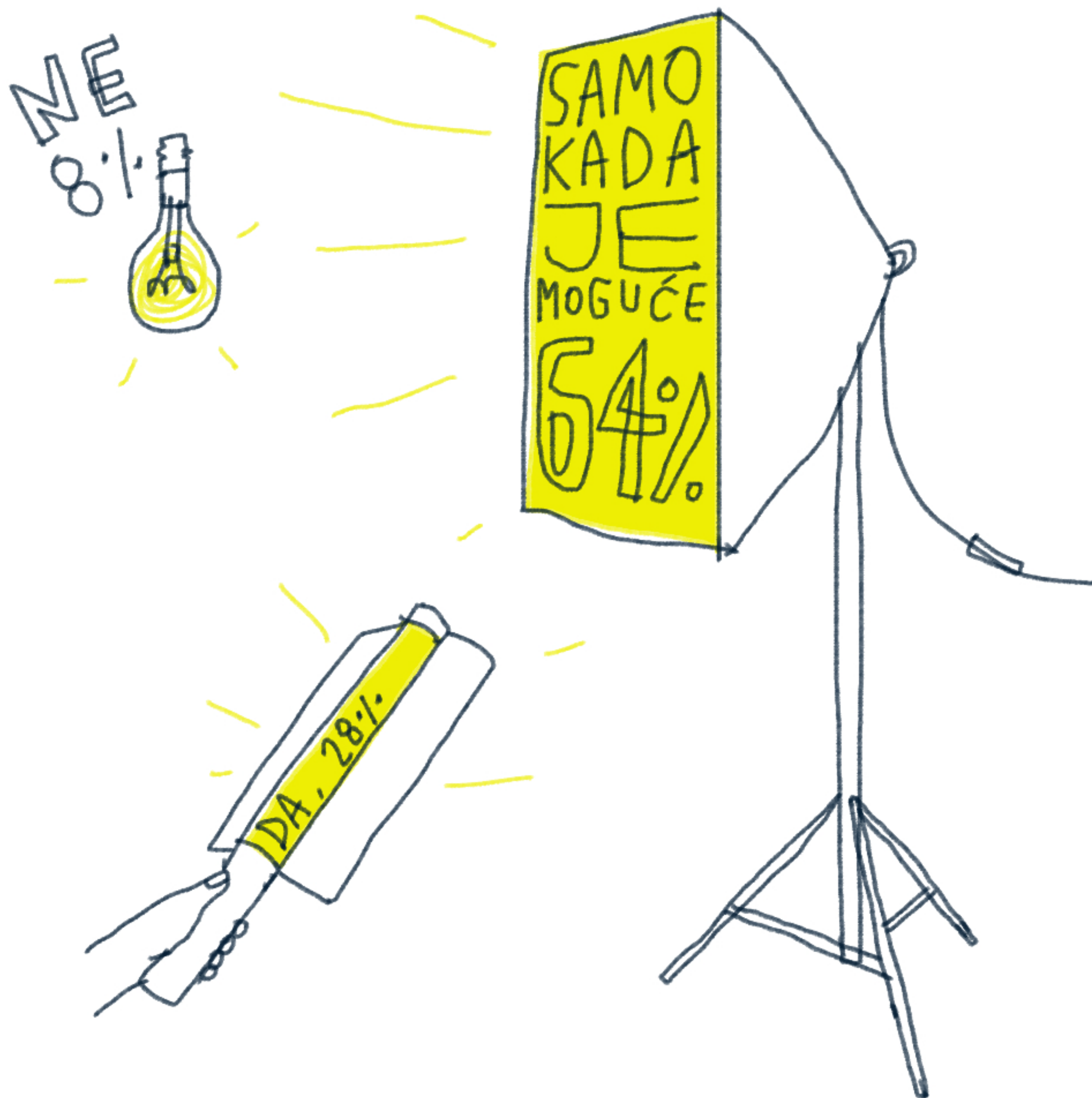
**42% 58%**

**DA**

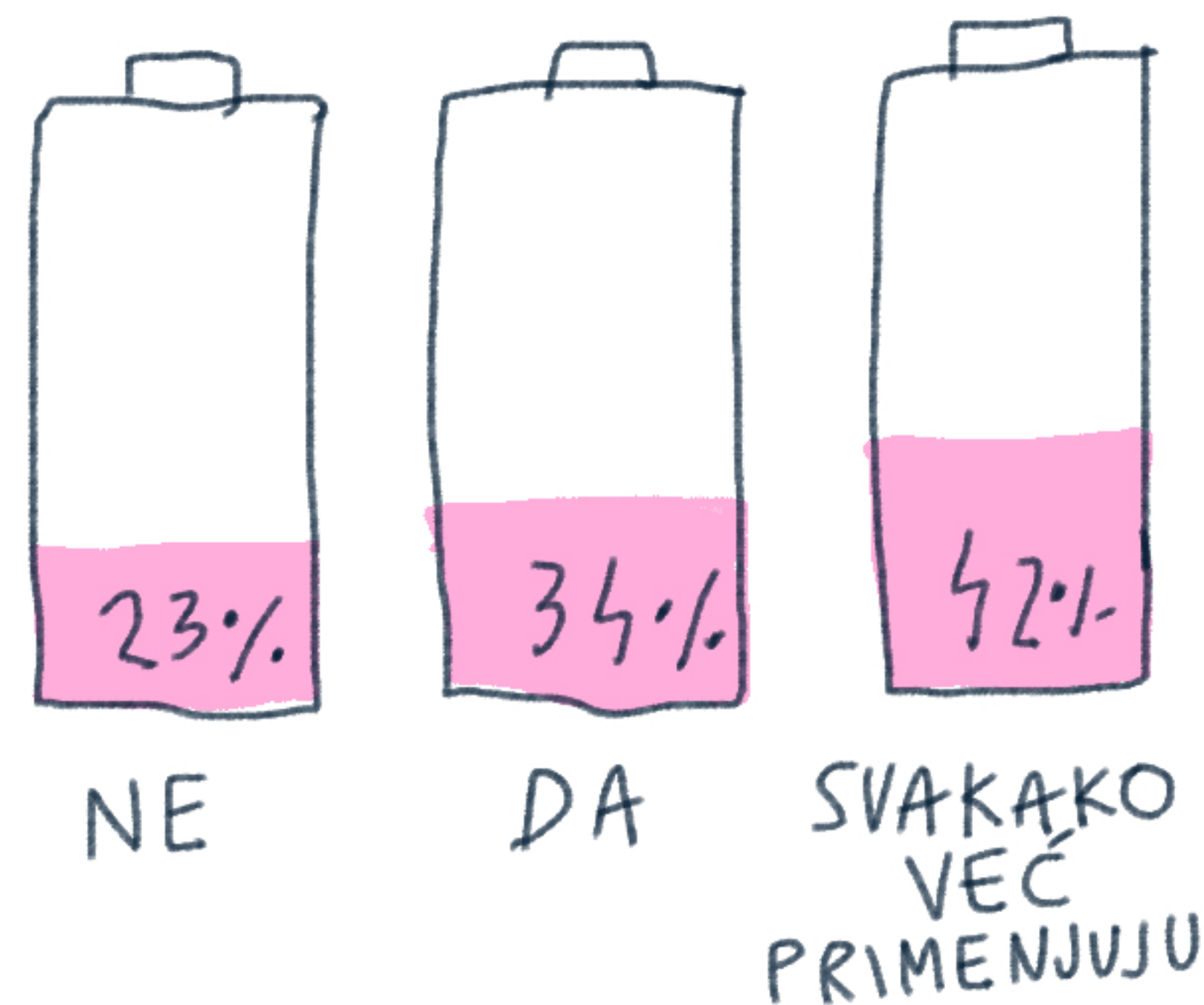
**NE**

SVETLO  
KAMERA  
SFX

**RASVETA KOJA SE  
KORISTI U PROCESU  
PRODUKCIJE ODGOVORA  
STANDARDIMA VISOKE  
ENERGETSKE EFIKASNOSTI  
(LED, CFL)**



**SEKTORI RASVETE I KAMERE  
DOBIJAJU UPUTSTVO DA  
KORISTE BATERIJE NA PUNJENJE**





NE  
ZNAM  
62%

ŠFX KORISTI MAŠINE ZA DIM I  
SNEŽNE TEČNOSTI NA VODENOJ BAZI?



DA 30%

# ALTERNATIVNI IZVORI ENERGIJE

**DA LI STE ZNALI DA VAŠA FIRMA MOŽE  
PO NOVOM ZAKONU DA KUPUJE STRUJU  
SA GARANCIJOM POREKLA (STRUJU KOJA  
DOLAZI IZ OBNOVLJIVIH IZVORA:  
VETAR, SOLAR, HIDRO, BIOMASA)?**

**DA**

(11%)

**NE**

(89%)

**DA LI STE RAZMIŠLJALI ILI SE RASPITIVALI  
O NABAVCI BIO-GORIVA (BIO-DIZEL I BIO-GAS)  
ZA AGREGATE I/ILI VOZILA?**



DA 26%



NE 74%

MARKETING,  
PROMO,  
DISTRIBUCIJA

U PRIPREMI MARKETINŠKIH MATERIJALA  
REDUKCIJA ŠTAMPANIH MATERIJALA JE



PRILIKOM OSMIŠLJAVANJA I PLANIRANJA  
ŠTAMPANIH LEŽAKA, PLAKATA, BILBORDA I SL.  
PRIHVATANJE ODRŽIVIJIH OPCIJA (DVOSTRANA ŠTAMPA,  
IZBOR RECIKLIRANOG PAPIRA, EKO ŠTAMPA ITD.) JE

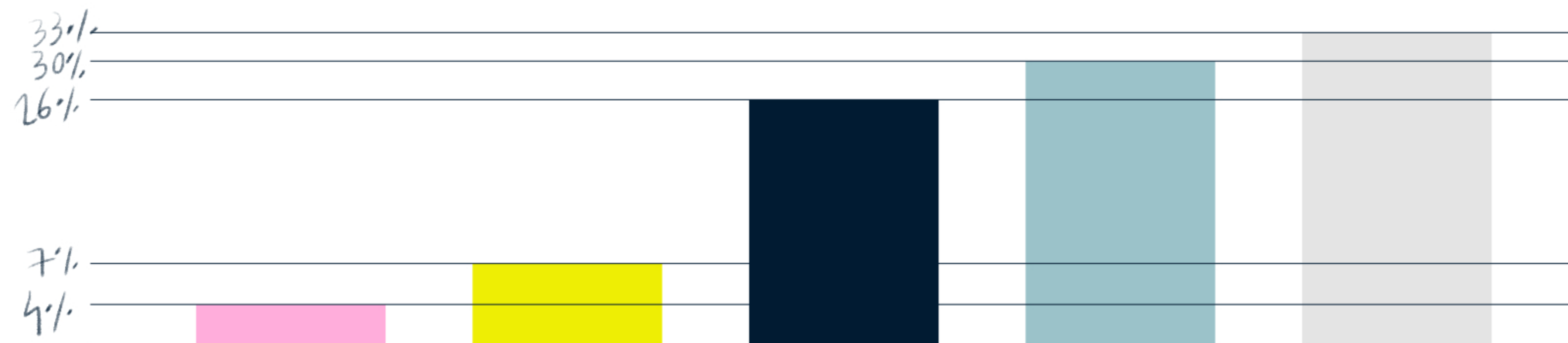
NIMALO  
PRISUTNO  
11%

33%  
MALO  
PRISUTNO

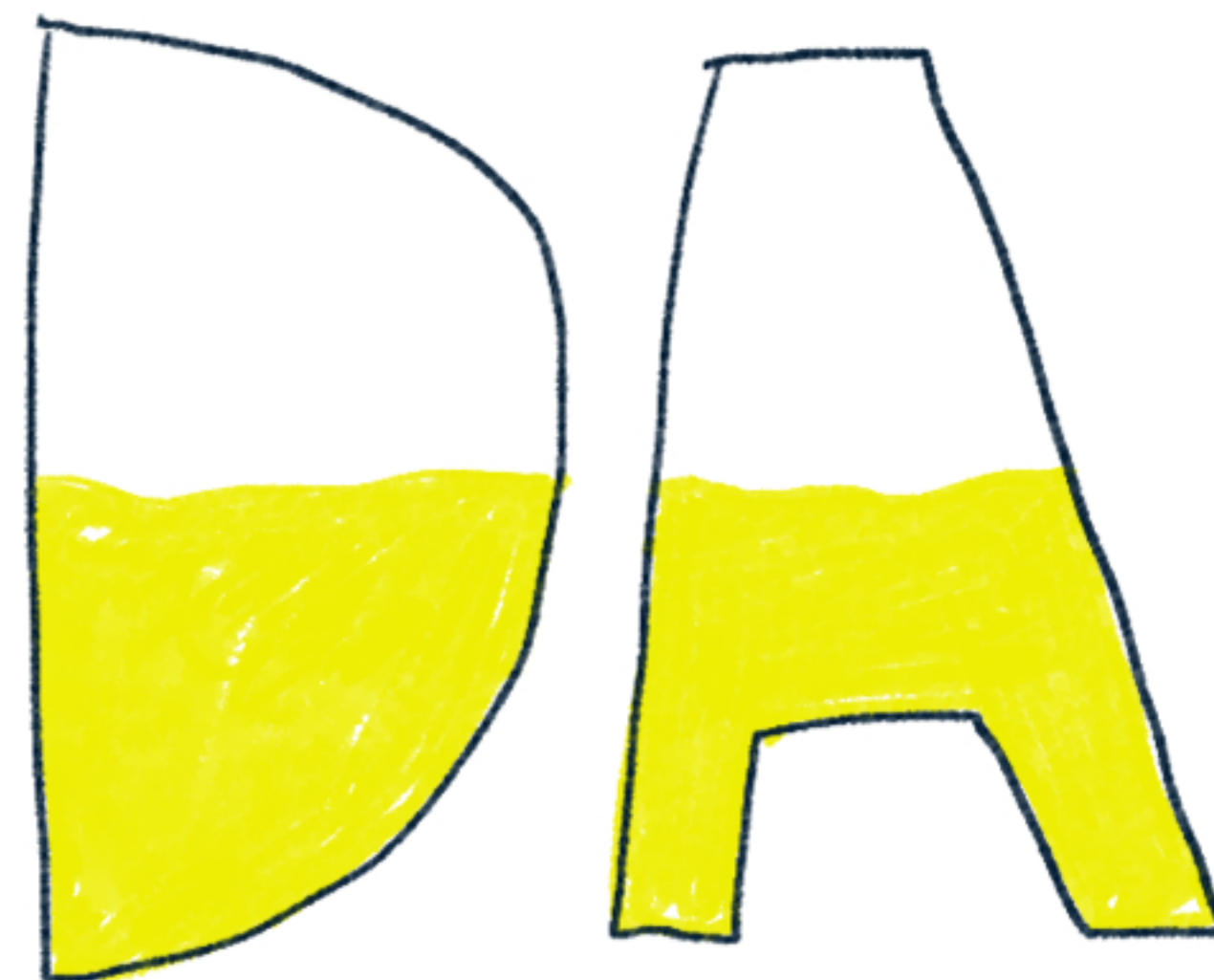
SREDNJE  
PRISUTNO  
30%  
VEOMA  
PRISUTNO  
22%

VEOMA  
4%

**U KONTEKSTU KOMUNIKACIJE SA PUBLIKOM  
KORIŠĆENJE DIGITALNIH, ON-LINE KANALA I SOCIJALNIH MEDIJA  
UMESTO KLASIČNIH KANALA (BILBORDI, PLAKATI, FLAJERI, UPITNICI) JE:**



**ZA POTREBE  
DISTRIBUCIJE  
I PRIKAZIVANJE  
FILMA NA FEŠTIVALIMA,  
DCP KOPIJU ŠALJEMO  
ELEKTRONSKIM PUTEM  
ILI POŠTOM/KURIRSKOM  
SLUŽBOM NA  
EKSTERNOM NOSAČU**



67%  
UGLAVNOM  
ELEKTRONSKIM  
PUTEM



33%  
UGLAVNOM  
NA EKSTERNOM  
NOSAČU

- „Nedovoljno reciklažnih centara.“
- „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. Neadekvatan angažman **resornog Ministarstva** nana izradi obavezujućih **zakona i propisa.**“
- „Nedovoljno **informacija** i programa animacije i **edukacije** kojima bi se podigla „s nule“ svest ljudi u filmskoj industriji o narastajućim ekološkim problemima.“
- „Nedostatak intenzivnije **saradnje relevantnih institucija,** nevladinih organizacija i ekoloških pokreta u ovom kontekstu.“

- **„CENA“**
- **„Budžetski** izazov za uvođenja nekih od praksi samostalno.“
- „Realne mogućnosti za implementaciju mnogih od postojećih praksi u našoj zemlji.“
- „Nepostojanje **fisklanih olakšica** radi promovisanja važnosti ovakve vrste poslovanja (**kreditiranje** privrednih subjekata, poreske olakšice i sl).“
- „Pojedini projekti su takvi da je primena eko modela na njima vrlo ograničena.“
- „Zahtevi klijenata često ne idu u susret zahtevima ekološki održivog poslovanja.“
- „Standard i **budžet.**“
- „Nedostatak **edukacije** svih zaposlenih u sektoru.“
- „Nedostatak resursa. Primena zelenih praksi često zahteva planiranje dužih vremenskih rokova, kao i dodatnih stavki u **budžetu** projekta.“
- „Sektor transporta i zamena agregata na dizel gorivo.“
- „Nedovoljna razmena **znanja** i primera dobre prakse.“

KLJUČNI  
IZAZOVI



# DRUGE, MOGUĆE, ADAPTIVNE I PROCESNE

- „Postoje, ali tek ukoliko se bude promenilo društveno i političko okruženje, ono koje bi dalo podsticaj za moguće pomake. „
- „Svakako, i to dosta.“
- „Da“
- „Sigurno postoje na nivou menjanja svesti u smislu korišćenja održivih izvora energije i viših ekoloških standarda poslovanja.“
- „Da“
- „Reciklaža i manja upotreba plastike.“
- „Većinom improvizujemo prema situaciji.“
- „Da, no bazično je potrebna edukacija.“
- „Da. Nekorišćene plastičnih flaša za vodu već četurica koje svako dobije kako bi sipao vodu na aparatu. Najveći otpad su definitivno male plastične flaše i voda. Ljudi piju gutljaj i bacaju

konstantno.“

- „Ne“
- „Naravno da postoje, ali ukoliko su, a uglavnom jesu skuplje od onih koje nisu ekološke, tu svaka borba prestaje.“
- „Da“
- „Ne“
- „Mi smo nudili klijentima da od našeg fee-a zasadimo svaki put drvo kad imamo projekat.“