

# Zero waste pokret i pitanje identiteta kao instrumenta mobilizacije

---

Miličević, Ana

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:916493>

Rights / Prava: [In copyright](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2020-12-03**



Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



Sveučilište u Zagrebu  
Filozofski fakultet  
Odsjek za sociologiju

Zero Waste pokret i pitanje identiteta kao instrumenta mobilizacije

Mentor: doc. dr. sc. Kruno Kardov  
Studentica: Ana Miličević

## Sadržaj:

1. Uvod
2. Kultura i društveni pokreti- promišljanje kulture u svrhu razumijevanja društvenih pokreta
3. Kolektivni identitet
4. Mobilizacija
5. Društvene mreže, životni stil i društveni pokret
6. Ekološki aktivizam
7. Razvoj ekoloških pokreta na području Hrvatske
8. Zero Waste pokret
9. Zero Waste- online pokret i politički aktivizam
10. Zaključna analiza
11. Zaključak

## 1. Uvod

Fokus rada bit će analiza Zero Waste pokreta koja će se temeljiti na nekoliko teorijskih doprinosa putem kojih ćemo pokušati povezati ulogu kulture, identiteta i društvenih mreža u mobilizaciji u društvenim pokretima. Počet ćemo od odnosa kulture i društvenih pokreta, preko čega ćemo doći do teorije kolektivnog identiteta i mobilizacije. Povezanost identiteta i mobilizacije novih članova objasniti ćemo pomoću teorije životnoga stila, pri čemu će u ovom slučaju važnu ulogu imati društvene mreže kao facilitator ovog oblika ekološkog aktivizma čiji je primaran cilj promijeniti ekološku pismenost ljudi kako bi se omogućile promjene koje su u skladu s principima Zero Waste strategije. Prilikom analize bavit ćemo se ključnim tipovima djelovanja pokreta, od edukacija i radionica te apela i zagovaranja javnih politika u suradnji s tijelima lokalne vlasti. U radu se također postavlja pitanje kako ostvariti pozitivne promjene u ekološkoj osviještenosti ljudi kroz preinake u njihovom životnom stilu i identitetu.

## 2. Kultura i društveni pokreti- promišljanje kulture u svrhu razumijevanja društvenih pokreta

Hank Johnston i Bert Klandermans u tekstu *The Cultural Analysis of Social Movements* ukazuju na to kako društveni pokreti izrastaju iz onoga što je kulturološki proizvedeno i dano u tom vremenu, dok su ujedno sami po sebi izvor velikih kulturnih promjena. Dinamika kulture i društvenog pokreta takva je da društveni pokret ima temelje u kulturi koju nerijetko koristi tako da je transformira i stvara nove oblike. Autori ukazuju na to da se kultura restrukturira kroz stvaranje značenja, dakle kroz različite načine njezine adaptacije i stvaranja značenja putem javnoga diskursa, podizanja svijesti i političkih simbola, što društveni pokreti nerijetko koriste (Johnston; Klandermans 1995: 10).

Klandermans razlikuje tri različita procesa stvaranja značenja u kontekstu društvenih pokreta. To su javni diskurs, uvjerljiva komunikacija i podizanje svijesti tijekom kolektivnog djelovanja. Na svakoj od tih razina odvijaju se procesi formiranja i preoblikovanja kolektivnih vjerovanja. U sklopu javnoga diskursa odvijaju se procesi formacije dugotrajnih kolektivnih vjerovanja. Uvjerljiva komunikacija utječe na ciljane individue i pri tome se pokušavaju mobilizirati novi članovi tako što se dodaju vlastite definicije situacije koja je vezana uz određeno kolektivno vjerovanje. Pokušaji podizanja svijesti upućuju se direktno prema onima koji sudjeluju u kolektivnoj akciji, upravo se ovdje formiraju nova kolektivna

vjerovanja kao posljedica izravnoga sukoba između temeljnih vrijednosti dviju grupa (Johnston; Klandermans 1995: 10).

O tome koliko razumijevanje kulture unutar koje se odvija društveni pokret može pomoći u analizi određenog pokreta govori i Ann Swidler u tekstu *Cultural Power and Social Movements*. Autorica ukazuje na dva teorijska pristupa u sociologiji kulture. Tradicionalni weberijanski pristup stavlja fokus na unutarnja uvjerenja i vrijednosti svakog aktera. Swidler takav pristup naziva kultura iznutra (*culture from the "inside out"*) te naglašava kako nam taj pristup znatno ograničava uvid u djelovanje samoga pokreta, za razliku od novijih pristupa koji vide kulturu kao nešto što funkcionira unutar konteksta koji okružuje pojedince i na taj način vrši utjecaj na djelovanje izvana (*"outside in"*).

Sociologija kulture koja se oslanja na tradiciju Maxa Webera, a koju Swidler naziva kultura iznutra, temelji se na ideji kako kultura oblikuje aktivnosti pojedinaca na način da određuje što akter želi te na koji način to može ostvariti. U ovom slučaju promatraju se sistemi ideja koji upravljaju motivacijom pojedinaca za djelovanje.

Druga struja misli je ona koja se oslanja na Durkheima koji govori ne o idejama, već o kolektivnim reprezentacijama, ritualima, simbolima. Simboli pritom ne reflektiraju život grupe već je konstituiraju (Swidler 1995: 26).

Prema Swidler, značajnija promjena odvija se tijekom 60-ih godina 20. st. pod utjecajem Clifforda Geertza. Ukratko, Geertz se zalaže za poziciju u kojoj kulturu promatramo kao nešto što akterima nudi svojevrstan vokabular značenja, simbola i emotivnog repertoara što omogućuje djelovanje pojedinaca, odnosno kretanje prema zadovoljenju određenih ciljeva. Tako što se premjestio fokus kulturne analize s onoga što pojedinac misli i osjeća, sada se otvara novo područje razumijevanja kulture i djelovanja pojedinca unutar nje. Promatranje kulture sada se može temeljiti u mnogo većoj mjeri u dostupnim javnim simbolima, odnosno može se usmjeriti na kontekst unutar kojega pojedinci djeluju (Swidler 1995: 28).

Swidler navodi kako je zadatak analitičara u tom slučaju promatrati određeni ritual ili praksu kroz kontekst, jer je upravo to ono što mobilizira aktere.

“Stavljanjem fokusa na javne ideje ili tekstove također preoblikuje način na koji se objašnjava utjecaj kulture na povijest. Umjesto stavljanja fokusa na ideje koje motiviraju pojedine povijesne aktere, kao što je to činio Weber, analitičar prati promjene u kulturnom kontekstu unutar kojega svi akteri djeluju. Analitičari suvremene kulture tako prate promjene u diskursima, širem kontekstu značenja unutar kojega neka pojedina ideja ili interes mogu biti formulirani” (Swidler 1995: 28).

Razumijevanje toga kako kultura utječe na društvene pokrete se mijenja. Swidler navodi niz autora koji idu u novom smjeru kad je riječ o poimanju odnosa kulture i društvenih pokreta te koji zastupaju poziciju prema kojoj se kulturu treba promatrati kao društveno organizirane prakse prije nego kao individualne vrijednosti, ideje i motive.

Autorica također naglašava kako je važno napomenuti to da je kultura fluidna i često nije konzistentna što nas dovodi do toga kako određeni konteksti unutar koje ideje operiraju i nastaju mogu dati akterima pokreta kulturnu moć. Jednako tako na pokret utječu i institucije kojima se pokreti suprotstavljaju, različiti režimi i oblici represije stvaraju različite oblike društvenih pokreta koji zatim upražnjavaju različite taktike.

Prema Swidler, može se dogoditi simultana pojava pokreta koji temelje svoje djelovanje na sličnim kulturnim okvirima, no tu ne mora nužno biti riječ o tome je li to slučaj neovisnoga otkrivanja ili šireg kulturnog utjecaja, nego prije zajednički odgovor na jednake institucionalne prilike i ograničenja.

Kad je riječ o korištenju kulturnih kodova, stvaranja specifičnog identiteta u svrhu djelovanja pokreta i ostvarenja njegovih ciljeva, autorica na kraju sugerira kako kultura ima veliku moć utjecaja, ne ako oblikuje uvjerenja i aspiracije pojedinaca, nego na njihovo znanje kako će drugi interpretirati njihovu aktivnost u danom kulturnom kontekstu i pri upražnjavanju određenih kulturnih kodova.

### 3. Kolektivni identitet

Interes koji se stvorio za kulturalnu analizu u posljednja dva desetljeća izrazito je snažan, a takav porast interesa Alberto Melucci povezuje s kulturnom transformacijom društva na planetarnoj razini (Melucci 1995: 41).

U skladu s tim, nije posve iznenađujuće ponovno otkrivanje analize kulturne dimenzije kao plodonosnoga pristupa.

Melucci u tekstu *The Process of Collective Identity* naglašava kako se odvija prijenos fokusa s pitanja vezanih uz klasu, rasu i druga, više tradicionalno orijentirana politička pitanja, na domenu kulture. Naposljetku zaključuje kako se noviji društveni pokreti, nastali unutar razvijenih društava, ne izjašnjavaju i ne definiraju toliko kroz političku akciju, već svoje djelovanje usmjeravaju na postavljanje kulturnih izazova dominantnom jeziku, kodovima koji organiziraju informaciju, diskurs te na samom kraju određuju oblik i način provođenja društvenih praksi (Melucci 1995: 41).

Aspekti svakodnevnoga života kao što su vrijeme, prostor, individualni odnosi, osobni i kolektivni identitet, koriste se kao elementi od izrazite važnosti za analizu određenoga društvenog pokreta. Meluccijev tekst jednim dijelom služi kao odgovor na dosad uvriježen način proučavanja društvenih pokreta te ujedno nudi novu perspektivu koja će dati uvid u aspekt pokreta koji je često nedovoljno istražen, a to je pitanje stvaranja kolektivnog identiteta.

Naime, kako i sam autor navodi, proučavanje društvenih pokreta koji pritom ne uključuju važnost pitanja kulture i kolektivnog identiteta, dualističke je prirode. Analiza je tako orijentirana na objektivnu ili subjektivnu sferu pokreta, odnosno strukturu ili značenje. Utjecaj kulture i konteksta na razvoj i potencijal društvenog pokreta koristan je za analizu, pritom kolektivni identitet ima važnu ulogu, posebice pri razumijevanju unutarnje organizacije samoga pokreta kao i mogućnosti mobilizacije novih članova.

Benford i Hunt u tekstu *Collective Identity, Solidarity, and Commitment* daju kratak osvrt na razvoj strukturno-kulturnih temelja koji omogućuju formiranje koncepta kolektivnog identiteta. Elemente koji bi prethodili razvoju koncepta kolektivnog identiteta autori pronalaze u radu Karl Marxa gdje se klasna svijest postavlja kao preduvjet revolucije što se može povezati s današnjim razumijevanjem kolektivnog identiteta i društvenog pokreta. Naime, u oba slučaja kolektivno djelovanje uključuje identifikaciju kolektiva s određenim vrijednostima, interesima i ciljevima, kao i identifikaciju s kolektivom koja u sebi obuhvaća solidarnost. U tekstu se naglašava kako su svijest i solidarnost središnje mjesto kod Durkheima, gdje solidarnost pridodaje društvenoj koheziji i oslanja se na procese identifikacije s kolektivom, a kolektivna svijest omogućuje pojedincima stvaranje osjećaja zajedništva putem zajedničkih vrijednosti i ciljeva (Benford; Hunt 2004: 434).

Navedeni autori smatraju kako se prvotni interes za promatranje kolektivnog identiteta u sklopu analize društvenog pokreta javlja u Europi, fokus se prebacuje s pokreta koji se temelje na pitanjima klase na pokrete poput feminističkih i ekoloških. Kolektivni identitet na taj način zamjenjuje klasnu svijest kao faktor koji veže aktere za određeni pokret i omogućuje mobilizaciju novih članova (Benford; Hunt 2004: 437).

Za formiranje kolektivnog identiteta od izrazite je važnosti stvaranje granica koje ukazuju na razlike između suprotstavljenih grupa koje ujedno i definiraju vjerovanja i ciljeve pripadnika društvenog pokreta. Prema navedenim autorima ključnu ulogu ima naracija putem koje se kolektivni identitet ostvaruje, jednako tako važno je i preklapanje individualnog identiteta s kolektivnim identitetom koji omogućuju daljnju mobilizaciju. Za Benforda i Hunta kolektivni identitet je kulturna reprezentacija, skup dijeljenih značenja koja se iznova reproduciraju, o

kojima se neprestano pregovara i to se sve odvija u određenom sociokulturnom kontekstu (Benford; Hunt 2004: 445).

Raspravi o kolektivnom identitetu značajno je pridonio Alberto Melucci. Prema njemu kolektivni identitet predstavlja interaktivnu definiciju, koja je proizvedena i korištena, između nekoliko individua, ili između grupe na kompleksnijoj razini, a tiče se usmjerenja i orijentacije zajedničkih aktivnosti te polja prilika i ograničenja u kojima se te aktivnosti poduzimaju (Melucci 1995: 44).

Ključan aspekt definicije jest to da je u pitanju proces. Kao prvo, kad Melucci govori o kolektivnom identitetu kao o procesu to se odnosi na činjenicu da u sebi uključuje kognitivne definicije koje obuhvaćaju krajnje rezultate, zatim metode kojima se ti rezultati postižu, te naposljetku polje djelovanja. Upravo su ti elementi definirani u sklopu jezika koji dijeli određeni dio društva, a inkorporirani su unutar rituala, praksi, društvenih artefakata (Melucci 1995: 44).

Sljedeća značajka koja određuje kolektivni identitet kao proces je način na koji se odvija komunikacija među akterima. Naime, riječ je o nizu aktivnih odnosa između aktera koji međusobno utječu jedni na druge, pregovaraju i donose odluke.

Naposljetku, Melucci navodi emocionalnu investiranost aktera u formiranu grupu što im omogućuje osjećaj pripadnosti i privrženosti određenoj zajednici. Uz to važno je i pitanje vremena, odnosno sposobnost aktera da putem konstruiranog kolektivnog identiteta stvaraju nove definicije koje će u sebi objedinjavati prošlost, ali i nadolazeće elemente koji će zajedno činiti ujedinjeni front i omogućiti jedinstveno kolektivno djelovanje aktera. Važnost osjećaja jedinstva među akterima pokazuje se izrazito važnim aspektom njihova djelovanja u situacijama kada se suočavaju s izvanjskim kontradikcijama ili kada se nalaze u konfliktu s drugim akterima.

Važno je kolektivni identitet razumjeti i kroz njegovu relaciju s okolinom, odnosno susret aktera s nizom ograničenja i prilika.

“Kolektivni akteri sposobni su definirati sami sebe kada nauče napraviti jasnu distinkciju između sebe i okoline. Akter i sistem se uzajamno konstituiraju, te pokret postaje samosvjestan upravo kroz odnose s vanjskom okolinom, koja ujedno predstavlja za društveno djelovanje polje mogućnosti i ograničenja koje su zauzvrat prepoznate i definirane kao takve od strane aktera” (Melucci 1995: 47).

Upravo se na taj način postiže ujedinjenost i kohezija unutar samoga pokreta. Pojedinci se identificiraju tako što suprotstavljaju sebe u odnosu na okolinu, u odnosu na druge, te se



upravo na taj način ostvaruje kolektivna akcija, jer pokret može uspostaviti relaciju između sebe, sistema ograničenja i sistema mogućnosti .

“Mora postojati minimalna razina recipročnosti u društvenom prepoznavanju između aktera (pripadnika pokreta, predstavnika autoriteta, drugih pokreta, treće strane) čak i ako to podrazumijeva određeno poricanje, izazov, opoziciju “ (Melucci 1995: 48). U slučaju da te minimalne razine prepoznavanja nema, onda je riječ o čistoj represiji, te kako Melucci naglašava, nastaje jedna praznina značenja koja nivelira društveno polje u kojemu se kolektivni identitet može proizvesti.

Nakon što smo ukratko definirali kolektivni identitet, kao odnose kultivirane između pripadnika određene grupe, u ovom slučaju aktera društvenoga pokreta, kojima se može pripisati osjećaj zajedništva, unatoč individualnim potencijalnim različitostima, izjašnjava im se zajednički cilj, svrha djelovanja, definiraju se kao grupa i omogućuju daljnju mobilizaciju uključit ćemo pojam kolektivnog djelovanja.

Prema Melucciju, kolektivno djelovanje ne možemo promatrati isključivo kao posljedicu strukturalnih preuvjeta ili kao čisti izraz vrijednosti i uvjerenja aktera. Naime, akteri koji djeluju kolektivno konstruiraju svoje djelovanje putem organiziranih investicija. To bi značilo kako istovremeno definiraju polje mogućnosti i ograničenja, ali jednako tako aktiviraju odnose kultivirane unutar grupe kako bi dali smisla svom zajedničkom djelovanju i ciljevima koje teže ostvariti (Melucci 1995: 43).

Kao odgovor na pitanje zašto je potrebno prevazilaženje ustaljenih načina promatranja kolektivnog fenomena, Melucci navodi činjenicu da se kolektivno djelovanje u vidu društvenog pokreta, izrazito fragmentiralo i diversificiralo ovisno o postavljenim ciljevima djelovanja. Naime, autor razlikuje konflikte koji su usmjereni na društvene odnose koji su dio sistema, od onih koji su fokus stavili na proširenje prava za grupe ljudi koji su zanemareni, marginalizirani, a sasvim posebnu grupu čine oni koji stvaraju otpor procesima modernizacije. Takva djelovanja razlikuju se međusobno te je u skladu s tom spoznajom važno koristiti različite pristupe promatranja i analize kolektivnog djelovanja.

### 3. Mobilizacija

Ranije smo ustanovili potrebu za konceptualnim proširenjem tradicionalnog razumijevanja društvenih pokreta. Oslanjajući se na Meluccija zaključili smo kako je nužno uzeti u obzir diversifikaciju i fragmentaciju novijih kolektivnih fenomena. Uz to, važno je napomenuti

kako se pritom kolektivno djelovanje promatra kao proces, a važnu ulogu imaju akteri koji stvaraju svijest o sebi, zajedničkom identitetu kroz odnos s onima koji ih okružuju. Kako bi dalje objasnili mobilizaciju, uvodimo pojmove koje koristi Melucci u tekstu *Getting Involved: Identity and Mobilization in Social Movements*. Autor navodi koncept mobilizacijskog potencijala, mreže za regrutiranje, te motivacije za sudjelovanjem. Mobilizacijski potencijal, u ovom slučaju označavao bi interaktivan proces koji u sebi uključuje pregovaranje, a odnosi se na percepciju mogućnosti i ograničenja vezanih uz djelovanje koji su zajednički određenim akterima. Mobilizacijski potencijal možemo povezati s političkom sferom odnosno poljem mogućnosti i ograničenja s kojima se suočavaju akteri društvenoga pokreta. Mobilizacijski potencijal tako ovisi, između ostaloga, o stavu vladajućih prema samome pokretu i njihovim ciljevima. Mreže regrutiranja su prema autoru fundamentalne za uključivanje individua jer proces mobilizacije ne počinje u praznini, oni koji su nositelji mobilizacije nisu izolirane individue. Mreže odnosa koje su već prisutne u društvenoj sferi dalje facilitiraju procese uključivanja. "Pojedinci uzajamno djeluju, utječu jedni na druge, pregovaraju unutar tih mreža, i stvaraju kognitivne i motivacijske referentne okvire koji su potrebni za djelovanje" (Melucci 1988: 340).

Kao posljednji koncept autor navodi motivaciju za sudjelovanjem i naglašava kako se taj koncept ne može smatrati isključivo domenom individualne razine, unatoč tome što je jednim dijelom doista pod utjecajem osobnih karakteristika i inklinacija aktera, posebno ako uzmemo u obzir činjenicu da se konstruira i konsolidira u interakciji. Utjecaj na motivaciju tako proizlazi iz pobuda čije vrijednosti izvor imaju upravo u mreži odnosa koje povezuju pojedince (Melucci 1988: 340).

Kako bi mobilizacija bila što uspješnija akteri društvenog pokreta mogu iskoristiti običaje, uvjerenja i rituale koji će im pomoći u stvaranju osjećaja kohezije pokreta i olakšati im djelovanje. Prema Garry Allan Fineu uspješne organizacije sposobne su iskoristiti kulturu kako bi mobilizirale nove pripadnike putem aproprijacije i personaliziranja tradicije (Fine 1995: 128). Svaka grupa s vremenom razvija vlastitu kulturu koja se sastoji od vjerovanja, ponašanja i običaja koji se dijele i koriste kako bi se međusobno razumjeli i naposljetku postaju alati pomoću kojih se može rekonstruirati stvarnost (Fine 1995: 129).

Fine govori o tome kako zajednički jezik i ponašanje koji se razvijaju unutar grupe i postaju njoj jedinstveni mogu postati resurs, odnosno grupa legitimizira određene teme putem procesa kulturne kontekstualizacije (Fine 1995: 130). Iako govor može pridonijeti mobilizaciji, potrebno je i djelovanje. Fine to naziva ritualnim djelovanjem putem kojega se

vjerovanja utjelovljuju i na taj način demonstriraju vjernost i promoviraju promjenu (Fine 1995: 131).

Kultura se može koristiti kao alat za mobilizaciju pojedinaca prilikom čega se stvara okvir nepravde (*injustice frame*). Kako bi to imalo efekta važno je da sudionici pokreta vjeruju da postoje drugi koji dijele s njima slična uvjerenja i osjećaje o određenoj temi. Ipak, to ne može samo po sebi biti dovoljno za uspješnu mobilizaciju; nužna je i mreža komunikacije koja će koordinirati djelovanje (Fine 1995: 132).

Za Finea naracija ima središnju ulogu u društvenom pokretu i mobilizaciji novih članova, upravo ona postvaruje dijeljene pretpostavke i omogućuje izvedbu tradicije koju grupa generira i njeguje. Naracija stvara prostor u društvu u kojemu su promatrači potaknuti na identifikaciju s određenom situacijom i problemom drugih (Fine 1995: 141).

#### 4. Društvene mreže, životni stil i aktivizam

Korištenje društvenih mreža prilikom protesta novija je pojava koja nije u potpunosti istražena, ali svakako otvara nove aspekte putem kojih možemo analizirati ponašanje i organizaciju aktivista koji pripadaju određenom društvenom pokretu. Barbera i suradnici (2018.) analizom nekoliko društvenih pokreta organiziranih diljem svijeta dolaze do tri glavne odrednice prema kojima se jasno očitava kako društvene mreže omogućuju jednostavno i brzo širenje informacija kao i dodatnu motivaciju i inspiraciju za sudjelovanje. Prema Barberi i suradnicima kako bi razumjeli na koji način društvene mreže pridonose širenju pokreta i mobilizaciji novih članova važno je uzeti u obzir ulogu ideologije, kolektivnog identiteta kao i ulogu prijateljskih odnosa koji se stvaraju među članovima koji dalje pridonose širenju agende pokreta (Barbera et al. 2018: 87).

Izmjena informacija jedna je od konkretnijih uloga koju imaju društvene mreže u sklopu organizacije pokreta i autori upravo s njom započinju analizu. Društvene mreže prvenstveno mogu utjecati na pojedinca tako što će biti izložen informacijama o pokretu u većoj mjeri nego što bi to bilo moguće u sklopu tradicionalnih medija. U tekstu se naglašava kako je za pojedinca i njegovu odlučnost o sudjelovanju u pokretu važna procjena u kojoj mjeri će sudjelovanje u pokretu rezultirati troškom ili će ishod biti uspješan. Veća je vjerojatnost sudjelovanja ako se pokaže da u pokretu već sudjeluje veći broj ljudi što povećava šansu za uspjehom određenog pokreta. Prema Barberi i suradnicima u tom slučaju važnu ulogu imaju

društvene mreže koje mogu utjecati na donošenje odluke o sudjelovanju tako što će utjecati na spoznaju o omjeru koristi i troškova (Barbera et al., 2018: 88).

Autori se zatim fokusiraju na to kako društvene mreže komuniciraju emotivne teme i kako ostvaruju motivacijski apel. Dakle uz jednostavno prenošenje informacija o pokretu, društvene mreže omogućuju i kolektivne procese identifikacije, no treba napomenuti kako je takva identifikacija često latentne prirode, pogotovo ako uzmemo u obzir to da svaki pojedinac pripada i identificira se s različitim grupama koje se temelje na rodu, rasi, religiji, ideologiji, profesiji i slično (Barbera et al., 2018: 94).

Zanimljiva spoznaja do koje su došli autori i koja će nama biti korisna za analizu je ta da kroz korištenje društvenih mreža, periferni članovi društvenog pokreta mogu imati važnu ulogu koja se često zanemari, a to je širenje informacija i motivacijskih poruka. Barbera i suradnici detaljnije su analizirali ulogu članova koji okružuju užu grupu ljudi koji su predani pokretu i koji aktivno sudjeluju u organizaciji aktivnosti te na taj način otkrili mobilizacijski potencijal uslijed ponavljajućeg izlaganja informacijama o pokretu. Naime, autori naglašavaju kako istraživanja pokazuju da se povećava vjerojatnost da će se pojedinci ponašati na određeni način ako ih se na to potaklo iz različitih izvora koji su dio njihove društvene mreže (Barbera et al., 2018: 103). U našem slučaju to znači da što je više pojedinac izložen informacijama o pokretu, i ako te informacije dolaze iz izvora koji su pouzdani i poznati pojedincu, povećavaju se šanse za sudjelovanjem.

Utvrđili smo to da se pomoću društvenih mreža informacija o pokretu širi brže i jednostavnije dopire do većeg broja ljudi. Sukladno tome povećava se šansa za mobilizacijom iako ne u posve tradicionalnom smislu. Informacija dopire do većeg broja ljudi, unatoč tome što neće svatko tko je izložen tim podacima izravno sudjelovati u organizaciji društvenog pokreta, utjecaj se širi što također povećava šanse za uključivanjem novih članova. Ukratko Barbera i suradnici ukazuju na to da se informacije danas, zahvaljujući društvenim mrežama, primaju i percipiraju na posve drugačiji način. Najčešće informacije dolaze do osobe s odabranih i preferiranih stranica ili platformi kojima se pojedinac odlučio pridružiti te na kojima dalje organizira svoju grupu prijatelja ili osoba koje želi pratiti. To dodaje dozu intimnosti i prijateljstva zbog čega se povećava šansa da će informacije koje se dijele imati veći utjecaj. Jednako tako dobiva se uvid u to tko je sve podijelio tu informaciju, koliki broj ljudi odobrava podatke koji se dijele. Sve to olakšava analizu koristi i troškova sudjelovanja i omogućuje svakome pristup zajednici u kojoj će moći doći do novih saznanja (Barbera et al., 2018: 110).

Ranije smo napomenuli kako je osjećaj da postoji zajednička dijeljena stvarnost i mogućnost društvene identifikacije povezana s grupnom efikasnošću i naposljetku s mobilizacijom novih članova. Isto to odvija se na društvenim mrežama na kojima se formiraju virtualne zajednice. Upravo u tim zajednicama može se koristiti životni stil kao promocija pokreta, pri čemu se nastoji educirati građane o održivom načinu života, što je jedna od agendi Zero Waste pokreta. Životni stil može se sastojati od različitih aktivnosti koje se ponavljaju, poput recikliranja, očuvanja energije, kao i konzumiranje “*eco friendly*” proizvoda. Dok se Zero Waste životni stil može manifestirati na različite načine, ključnu ulogu u tome ima ekološka osviještenost ljudi. Dakle, kako bi određena aktivnost postala dio životnoga stila i kako bi se pojedinac mogao identificirati s tim praksama, važna je osnovna razina educiranosti kako bi se uočila potreba za promjenama životnih navika i kako bi te prakse postale rutinske radnje.

Baedeker i suradnici u tekstu *Transformation towards sustainable consumption: Changing consumption patterns through meaning in social practices* analiziraju ulogu navika i društvenih mreža u prakticiranju ekološki prihvatljivih aktivnosti. Prema autorima nakon informirane odluke o promjeni navika koje su u skladu s idejom o očuvanju okoliša slijedi redefiniranje ustaljenih normi. Hoće li se nova definicija zadržati ovisi velikim dijelom o broju ljudi koji će promijeniti svoje navike, ako praksa postane dio nove rutine i identiteta pojedinaca povećava se mogućnost da će se pravila smatrati uobičajenima i institucionalizirati (Baedeker et al., 2013: 17). Za Baedeker i suradnike uloga mreža je izrazito velika u širenju utjecaja i ključna je za razumijevanje širenja i prihvaćanja novih društvenih praksi. Nakon što se informacija o, na primjer održivoj konzumaciji proširi do određenog broja aktera, aktiviraju se nova pravila koja su kontradiktorna uvriježenom načinu razmišljanja (Baedeker et al., 2013:17).

Autori u tekstu navode rad Stengela (2011.) koji pokazuje kako se promjena značenja odvija u tri koraka. Prvo se većina aktera koji su dio “interpretativne elite” slože oko određene definicije koja je suprotna ustaljenoj interpretaciji normi i vrijednosti. To samo po sebi nije dovoljno, potrebno je održavanje te definicije u javnom diskursu nekoliko godina, nakon čega pokret potencijalno dobiva pozornosti, masovni mediji izvještavaju o pokretu nakon čega se povećava mogućnost za promjenu (Baedeker et al., 2013: 18). Na kraju teksta autori ukazuju na nekoliko provedenih studija prema kojima bi se moglo zaključiti kako su ljudi spremniji na značajne promjene u ponašanju ako znaju da iste mjere i drugi poduzimaju jer na taj način se smanjuje osjećaj da se poduzima nešto ekstremno i radnja se normalizira (Baedeker et al., 2013: 21).

## 5. Ekološki aktivizam

Ekološki pokreti uspjeli su preživjeti val pokreta koji se javlja tijekom 60ih i 80-ih i opstati sve do danas. Prema Christopheru Rootesu, ekološki pokreti ne samo da su opstali već su i dalje relevantni, usprkos fluktuacijama u društvenoj pa i medijskoj prisutnosti (Rootes 1995: 608).

Također, mnogi ekološki pokreti s vremenom su poprimili karakteristike formalnih organizacija, ekologija je postala akademska disciplina, environmentalizam je institucionaliziran. Autor navodi kako se promjene odvijaju i na političkoj razini, pitanja vezana uz okoliš postaju dio programa političkih stranaka i osnivaju se zelene stranke. S vremenom, aktivnosti koje ekološki pokreti poduzimaju nisu više toliko vidljive, odnosno rjeđi su direktni javni protesti, sada se češće upražnjavaju različiti oblici lobiranja i pregovora s vladom i korporacijama. Kako Rootes naglašava novije organizacije ekoloških pokreta nisu više toliko često uključene u javne aktivnosti, kao posljedica javljaju se manje formalne organizacije, također, sve češće se formiraju lokalne neformalne grupacije. Prema tome, teško je govoriti o usponu ili padu ekoloških pokreta, posebice ako se oslanjamo isključivo na medijsku pokrivenost.

Tijekom 19. i 20.st. uglavnom su se vodile kampanje za čistu vodu, sigurno odlaganje otpada, čist zrak, Rootes to naziva environmentalizam reformi (reform environmentalism) u sklopu kojega se podrazumijeva novi uvid u to da je opstanak ljudi povezan s ekosistemom, iako je tu riječ najčešće bila o odvojenim kampanjama određenih interesnih skupina (Rootes 1995: 612).

Tek s napretkom u znanosti i boljim razumijevanjem značenja ljudskog utjecaja na okoliš, environmentalizam reformi (reform environmentalism) postaje koherentan i dominantan diskurs environmentalizma (Rootes 1995: 613).

Bolje znanstveno razumijevanje štetnog utjecaja koje ljudsko djelovanje ima na okoliš, porast broja visokoobrazovanih ljudi, kao i sve veća prisutnost u medijima koja je omogućila lakše širenje informacija, pridonijeli su sve većoj osviještenosti problema i zabrinutosti za degradaciju okoliša (Rootes 1995: 613).

Utjecaj na razvoj ekoloških pokreta Rootes pronalazi i u pokretima za mir čija se tematika često preklapala s problemima koji će kasnije postati okosnica novijih ekoloških pokreta. Autor navodi kako se s vremenom javlja nezadovoljstvo s filozofskim i političkim nedostacima takvog oblika environmentalizma, što dovodi do razvoja različitih oblika političkog ekologizma. Najradikalniji oblik četvrtoga vala bila je duboka ekologija koja

polazi od toga da je svako živo biće dio sistema prirode u kojemu niti jedno biće ne posjeduje veću intrinzičnu vrijednost od drugog bića (Rootes 1995: 615).

Kad je riječ o taktikama i strategijama koje biraju organizatori pokreta, prema Rootesu one se ne mogu svoditi samo na tipove problema oko kojih pokušavaju mobilizirati nove sudionike. Mnogo toga ovisi o tome kako su ti problemi uokvireni, o političkim i društvenim kontekstima unutar kojih se djeluje, kao što je važna i povijesna dinamika protesta tog prostora (Rootes 1995: 621).

Važnu ulogu imaju institucionalne strukture države koje utječu na organizaciju, oblike djelovanja i na samu dinamiku razvoja ekoloških pokreta. Autor naglašava kako države nisu samo otvorene ili zatvorene prema pokretima, jednako tako su manje ili više otvorene ili zatvorene prema određenoj problematici i pokretima u različitim razdobljima. Također, ovisno o stupnju razvoja države razvijaju se različiti oblici brige oko određenih ekoloških pitanja. Dok se u razvijenijim dijelovima Europe formira svijest o pitanjima ugroženosti okoliša koja se zatim ekstrapolira na globalnu razinu, dakle nije više toliko lokalizirana, u manje razvijenim zemljama češće se javljaju prigovori koji su vezani uz lokalne probleme. Sukladno tome razvijaju se različiti oblici lokalnih kampanja, dok su organizacije na nacionalnoj razini uglavnom slabije utjecajne (Rootes 1995: 630).

## 6. Razvoj ekoloških pokreta na području Hrvatske

Kako bi razumjeli današnju situaciju i specifičan oblik pokreta Zero Waste koji se formirao na ovom području važno je imati uvid u razvoj ekološkog pokreta u Hrvatskoj.

Početkom 70-ih godina 20. stoljeća javljaju se pokušaji pokretanja rasprave o pitanju zaštite okoliša u Hrvatskoj i cijeloj Jugoslaviji.

Širi kontekst i uvid u razvoj ekoloških pokreta u Hrvatskoj daje Zoran Oštrić u tekstu Ekološki pokret u Hrvatskoj 1990-ih (s pogledom iz 2013.) gdje se naglašava kako ekološki društveni pokreti tijekom 90-ih ne zamiru u potpunosti, dijelom zahvaljujući aktivnostima iz druge polovice 1980-ih, kada su ostvarili relativno masovnu mobilizaciju javnosti. Prema autoru rane devedesete su razdoblje kada se razvija društveni aktivizam, na nacionalnoj i lokalnoj razini. Putem kampanja protiv termoelektrana na ugljen i protiv GMO-a, i sudjelovanjem u kampanji Glas 99, ekološke udruge uspjele su u masovnoj mobilizaciji ljudi. Autor navodi kako se promjene odvijaju početkom 2000-ih godina kada koalicijska vlada

mijenja odnos prema civilnome društvu, čime se dinamika društvenih pokreta smanjuje i uključuje u statiku trećega sektora (Oštrić 2014: 41).

Ako promotrimo način djelovanja i vođenja kampanja ekoloških aktivista ranije, možemo uvidjeti sličnosti. Naime, kako Oštrić naglašava u svome tekstu, zelene stranke u to vrijeme u Hrvatskoj nisu postojale, ili nisu imale veliki značaj ako su i bile oformljene, zbog čega su česta bila udruživanja, pojedinci su djelovali na više područja i na taj se način umrežavali u civilnu scenu. Zajednički nastupaju krajem 90-ih u inicijativi Nula PDV kao i u kampanji Glas 99 (Oštrić 2014: 45).

Tijekom toga razdoblja osnivaju se Zelena akcija Zagreb (ZAZ) i Savez zelenih Hrvatske (SZH) koje prema Oštriću postaju ključne institucije u preživljavanju ekološkog pokreta, posebice Zelena akcija Zagreb, koja 1994. mijenja ime u Zelena akcija. S vremenom se Zelena akcija profilirala u ključnu organizaciju koja je podržavala i inicirala ekološke aktivnosti u Hrvatskoj, posebice putem pružanja podrške i suradnjom s lokalnim inicijativama i udrugama.

Oštrić zaključuje u tekstu kako se između vlade i grupa koje se zalažu za zaštitu okoliša odnos nije uvelike promijenio. Vlada Republike Hrvatske prema ranijim pokušajima navedenih udruga nije bila naklonjena, pa je tako odbijen prijedlog o osnivanju zasebnog Ministarstva zaštite okoliša kao i Fonda za zaštitu okoliša. Učestali problemi nelegalnih odlagališta otpada, neuređenih legalnih smetlišta, bespravna gradnja, prenamjena zelenih površina u gradovima i dalje se ponavljaju.

Navedeni autor karakterizira tadašnje prosvjede kao spontane građanske prosvjede koji često ne traju dugo i brzo nestanu pod pritiskom, uz ignoriranje od strane vlasti i čestu pasivnost većine lokalnoga stanovništva. Tradicija se nastavlja pa i danas možemo govoriti kako prevladavaju uglavnom "gerilski" sukobi kako ih naziva Oštrić, isključivo kao odgovori na određene mjere, autor tu navodi sukob oko Cvjetnog trga i Varšavske 2006.-2011., prosvjedi protiv lokacija odlagališta otpada i protiv spalionice u Zagrebu (Oštrić 2014: 86).

## 7. Zero Waste pokret

Zero Waste pokret formalizira se i razvija tijekom ranih 2000-ih godina. Godine 2002. osniva se Zero Waste International Alliance (ZWIA) kako bi se uspostavili određeni standardi i kako bi se uspješnije širila Zero Waste agenda. Prva internacionalno prihvaćena Zero Waste definicija iz 2004. adaptirana je 2018. kako bi u sebi obuhvaćala glavne vodeće principe.



Definicija glasi: “Zero Waste: očuvanje svih resursa putem odgovorne proizvodnje, konzumacije, ponovnog upotrebljavanja i popravljanja proizvoda, pakiranja, i materijala bez paljenja i odbacivanja viškova na zemljane i vodene površine ili u zrak, koje bi bile prijetnja okolišu ili ljudskom zdravlju”<sup>1</sup>. Strategija Zero Waste pokreta temelji se na premisama cirkularne ekonomije. Dakle, cilj je takva organizacija društva u kojemu se napušta nepromišljeni konzumerizam, gdje se većina proizvoda može ponovno iskoristiti kako bi se izbjeglo bacanje otpada na odlagališta smeća. Ako određene proizvode građani ne mogu popraviti, ponovno iskoristiti, reciklirati ili kompostirati, zadatak industrije je pronaći alternativu i ne proizvoditi jednokratne proizvode. Krajnji cilj nije dobro organizirano gospodarenje otpadom, iako je i to važan korak, nego promjena na razini same industrije. Kako bi se ostvarili ti ciljevi Zero Waste pokret u sebi obuhvaća strategije koje se oslanjaju na promjene na kulturnoj razini, zatim na razini promjene same infrastrukture te se pokušava raditi na sustavnoj edukaciji građana.

Uloga građana je neizostavan dio Zero Waste strategije te je zbog toga od izrazite važnosti organiziranje edukativnih radionica i seminara kako bi se postigla zadovoljavajuća razina aktivne participacije. Kako bi se dogodile promjene na kulturnoj razini važno je ukazati na manjkavosti i štetnost trenutnog konzumerističkog stila života. “Linearna ekonomija koja je trenutno zastupljena u Europi, koja u sebi obuhvaća konzumaciju i odbacivanje proizvoda, reflektira u sebi mit da živimo u svijetu s beskonačnim resursima. Nekoliko zadnjih desetljeća Europljani žive u ekološkom deficitu, uvozi se četiri puta više materijala nego što se izvozi. Kao što europska strategija održivog razvoja navodi, nužna je promjena paradigme koja će ići dalje od EU zakona o odlaganju otpada; potrebno je smanjiti materijal i energiju koja se koristi kako bi se ostvarilo Zero Waste društvo”<sup>2</sup>

Promjena infrastrukture odnosi se prvenstveno na sustav proizvodnje i načine gospodarenja otpadom. Kao glavni prioriteti nameću se: smanjenje otpada pri čemu u tome veliku ulogu ima sama industrija koja bi trebala proizvoditi proizvode koji su dugotrajniji, ekološki prihvatljiviji i mogu se reciklirati, kao i odvajanje otpada i rad na prevenciji preostalog otpada. Masovna proizvodnja plastike doživljava značajan porast od svojih početaka 1950-ih, prema podacima UNESCOa godišnje se proizvede preko 220 milijuna tona plastike, dok samo sedam članica Europske Unije uključujući Norvešku i Švicarsku, recikliraju 80%

---

<sup>1</sup>Zero Waste International Alliance (2018) Zero Waste Definition. Zero Waste International Alliance Dostupno na: <http://zwia.org/zero-waste-definition/>

<sup>2</sup> Zero Waste Europe (s.a.) What is Zero Waste about? Zero Waste Europe Dostupno na: <https://zerowasteurope.eu/about/principles-zw-europe/>

plastičnog otpada zahvaljujući dobro razvijenim strategijama za odvajanje otpada<sup>3</sup>. Prema Greenpeacu oko 9% proizvedene plastike se reciklira, 12% se spali, dok preostalih 79 % završi na različitim odlagalištima. U oceanima završi oko 12,7 milijuna tona gdje se razgrađuje u mikro plastiku. Zemlje poput SAD-a, Velike Britanije i Kanade izvoze velik dio svog plastičnog otpada stvarajući pritom pritisak na područja i zajednice koje se zatim bore s direktnim posljedicama uzrokovanih zagađenjem plastikom<sup>4</sup>.

Kao pionirka zero waste pokreta koji se primarno manifestira kao životni stil najčešće se spominje Bea Johnson koja 2009. pokreće blog *Zero Waste Home*, nakon čega piše i istoimenu knjigu. Nakon niza publikacija, gostovanja na fakultetima i konferencijama, često joj se pridaje naziv glasnogovornice zero waste načina života čime uspijeva potaknuti i inspirirati mnoge na život koji je više fokusiran na minimalizam, frugalnu potrošnju koja uključuje i *eco friendly* premise, te koji upražnjava glavne točke zero waste pokreta: smanjena potrošnja, ponovna uporaba, recikliranje i kompostiranje<sup>5</sup>.

Lauren Singer je još jedna prominenta figura koja se usko povezuje uz početak zero waste pokreta. Studirala je ekološke studije na NYU, radila u sklopu odjela za zaštitu okoliša u New Yorku. Pokreće blog *Trash Is For Tossers* u kojemu se promovira zero waste životni stil i vlasnica je zero waste dućana *Package Free*<sup>6</sup>. Beth Terry 2007. pokreće blog *My Plastic-free Life*, u sklopu kojega nudi vodič za život bez plastike. Pokrenula je uspješnu kampanju *Take Back The Filter* 2008. godine, i izazov *Show Your Plastic Trash* u kojemu bi svatko odlagao plastični otpad te na kraju tjedna snimio kratku reportažu o količini otpada koje su skupili, kako bi potaknula ljude da osvijeste koliko plastike zapravo koriste u svakodnevnom životu.

Tijekom 2011. Zero Waste grupe na području Europe koje su surađivale na ranijim projektima i radionicama održavaju prvi sastanak u Bruselu kako bi se okupile lokalne, regionalne i međunarodne grupe u svrhu razvijanja zajedničke strategije čiji bi primaran cilj bio razvoj u smjeru i u skladu sa Zero Waste konceptom. Glavna agenda je povezivanje lokalnih organizacija koje promoviraju Zero Waste strategiju u svrhu stvaranja održive zajednice na području Europe. Zero Waste Europe radi na umrežavanju 31 nacionalnih i

---

<sup>3</sup> Unesco (2020) Facts and figures on marine pollution. Unesco  
Dostupno na: <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/ioc-oceans/focus-areas/rio-20-ocean/blueprint-for-the-future-we-want/marine-pollution/facts-and-figures-on-marine-pollution/>

<sup>4</sup> Greenpeace (2018) Key Facts About Plastic Pollution. Greenpeace  
Dostupno na: <https://www.greenpeace.org/usa/key-facts-about-plastic-pollution/>

<sup>5</sup>Zero Waste Home (s.a.)  
Dostupno na: <https://zerowastehome.com/>

<sup>6</sup>Trash Is For Tossers (s.a.)  
Dostupno na: <https://www.trashisfortossers.com/>

lokalnih NGOa prilikom čega su lokalne grupacije zadužene za promoviranje zero waste strategije, njezinu implementaciju i održavanje te komunikacija s donositeljima javnih politika i predstavnicima industrije, kako bi se utjecalo na promjene europskih politika i poticalo implementaciju zero waste projekata.

S obzirom na to da se u Hrvatskoj formirala koalicija Zero Waste Hrvatska ne možemo zanemariti povezanost te pojave s tradicijom ekoloških pokreta i oblicima aktivizma koji su se razvijali u Hrvatskoj. Zelena akcija djeluje kao nacionalni koordinator europske mreže Zero Waste Europe (Zero Waste Croatia Network) i članica je svjetskog pokreta Break Free From Plastic koji se bori protiv zagađenja plastikom.

Pietzsch, Duarte Ribeiro i de Medeiros napravili su sistemski pregled znanstvenih članaka o Zero Waste pokretu i iznijeli koristi, izazove i ključne faktore za uspješnu implementaciju Zero Waste principa koja će nam poslužiti pri analizi pokreta Zero Waste, kako bi ukazali na konkretne probleme i mogućnosti za napredak u sferama kojima ćemo se baviti, promjene u kulturi, politici i industriji. Prema uzorkovanim člancima vidljive su prednosti Zero Waste pokreta kako za sam okoliš tako i za zajednicu. Postoji razlog za predanost građana pri provođenju Zero Waste filozofije, uz pomoć promjene životnog stila građana, obrazaca potrošnje i stavova o odlaganju otpada. Implementacija Zero Waste praksi smanjuje rizike za javno zdravlje te stvara mogućnosti za nove poslovne prilike u sektoru.

Iako se rad ne fokusira na ostale sfere koje su prema autorima nužne za sveobuhvatan pristup koji zahtijeva uspješna provedba koncepta zero waste pokreta, navest ćemo ukratko koristi, a kasnije i poteškoće s kojima se susreću pri implementaciji toga pristupa. Kao ekonomske i financijske prednosti autori navode smanjenje troškova i povećanje profita (vezano za sisteme skupljanja i odlaganja otpada u općinama), s obzirom na to da se generira manje otpada koji se usto odvaja na samom izvoru; smanjuju se troškovi obnove okoliša i gubitaka koji bi nastali uslijed neučinkovitosti i štetnosti ranije prakticiranih procesa (npr. divlja odlagališta, spaljivanje otpada, zagađenje voda). Naposljetku, prednosti za upražnjavanje Zero Waste politike za samu industriju: povećava se produktivnost i učinkovitost; povećava se konkurentnost tvrtke kroz zadovoljstvo kupaca i povećava se povjerenje u proizvođača (Pietzsch et al. 2017: 328).

Na temelju proučenih članaka nameće se nekoliko rješenja, primjerice manji porezi na proizvode i procese koji dokazano koriste tehnologiju koja nije štetna za okoliš i kazne za one koji se toga ne pridržavaju. Također se nalaže potreba za uspostavljanjem tržišta za otpad koji će olakšati prodaju i kupovinu otpada. Potrebno je regulirati izvoz i uvoz otpada, s obzirom na to da se pokazalo kako uvoz može imati negativan ekonomski i ekološki utjecaj na države

u koje se otpad izvozi. Jednako je važno staviti prioritet na korištenje obnovljivih materijala, investirati u obuku i uložiti u infrastrukturu industrija i općina (Pietzsch et al. 2017: 330). Pietzsch i suradnici, u svojoj analizi tekstova o upražnjavanju strategija zero waste pokreta zaključuju kako je uz podršku vlasti i spremnost industrijskog i ekonomskog sektora na reforme, nužna značajna promjena u ponašanju građana i njihovih potrošačkih navika koja je u skladu s potrebama očuvanja okoliša. Zato je važno provoditi programe i kampanje u sklopu zajednica, škola, fakulteta pri čemu će se educirati i informirati odrasle i djecu o pravilnim načinima odvajanja otpada kako bi se ostvarili ciljevi održivog upravljanja otpadom (Pietzsch et al. 2017: 329). U sklopu toga potrebno je ponuditi građanima alternative za odlaganje otpada. Promovirati usluge/proizvode koji su namijenjeni zajedničkoj potrošnji, poticati istraživanja i proizvodnju novih tehnologija koje su ekološki prihvatljive. Ekonomski izazovi s kojima se provedba osnovnih agendi zero waste pokreta susreće prema Spitzsch i suradnicima, i što je u nekim aspektima vidljivo u ovom slučaju, su nedostatak dobro razrađenog plana provedbe održivog odlaganja otpada, kao i dobro razrađen plan oporezivanja u planiranju poreza za praćenje i kontrolu utjecaja otpada. Na primjer, visok porez na odlaganje otpada na lokalnim odlagalištima bi možda potaknuo odlaganje otpada na drugim odlagalištima, možda za to nepredviđenim površinama. Naposljetku, regulacija tržišta otpada za prodaju postaje izazov ako se proces recikliranja odvija samo ako je financijski povoljan. Potrebno je ulaganje u nove tehnologije i istraživanja što može biti teško izvedivo u nekim regijama, državama ako je potpora vlasti nepostojeća.

Autori u članku ukazuju i na probleme na mezo i mikro razinama koje obuhvaćaju sudionici kao i industrija/općine, gdje je vidljiv nedostatak razumijevanja Zero Waste principa što onemogućava holistički pristup problemu. Postoji percepcija da se uz provedbu Zero Waste koncepta vežu visoki troškovi, da je provedba komplicirana. Također treba napomenuti da je izvedivost recikliranja i popravka proizvoda ponekad otežana, ograničen je broj puta koliko se nešto može reciklirati, puno toga se ne može tako lako reciklirati zbog opasnih tvari i raznolikosti sastava materijala (Pietzsch et al. 2017: 329).

## 8. Zero Waste - online pokret i politički aktivizam

U ovom dijelu rada promatrat ćemo različit repertoar djelovanja Zero Waste pokreta počevši od aktivizma kao kolektivno djelovanje koje je koordinirano prvenstveno putem društvenih mreža. Društveni pokret ne mora nužno biti usmjeren izravno na predstavnike vlasti i državu, već može inkorporirati i takav oblik mobilizacije koji se temelji na pokušaju definiranja

javnoga mišljenja, kulturnih praksi, identiteta i vjerovanja koje će posljedično utjecati na političku sferu.

Usporedno s novim saznanja na temelju studija, analiza i istraživanja koja ukazuju na opasnost nezbrinutog otpada, prvenstveno plastike, zero waste pokret se profilira i repertoar djelovanja pokreta postaje sveobuhvatniji, osnivaju se različite organizacije i grupe koje promoviraju zero waste pokret. Jedan oblik takvog djelovanja su praktični savjeti, edukacije i radionice koje su usmjerene na obrazovanje građana i podizanje svijesti o važnosti očuvanja okoliša. Strategija Zero Waste pokreta polazi od edukacije građana, ranije smo pokazali kako je to prvi korak nakon kojega mogu slijediti promjene ponašanja i društvenih normi.

Edukacija se najčešće provodi putem društvenih mreža, u javnim grupama i na javnim profilima, uglavnom su to praktični savjeti i poticaj na osviještenost kod trošenja energije, vode, konzumiranja različitih proizvoda. Stavlja se naglasak na kupovinu organske hrane koja je lokalno proizvedena, izbjegava se nepotrebna kupovina novih stvari, potiče se ponovno korištenje, popravljavanje proizvoda, recikliranje. To u sebi obuhvaća i educiranje djece o recikliranju, zaštiti okoliša i zdravoj prehrani, kao i sudjelovanje u radionicama, seminarima i aktivnostima koje su usmjerene ka širenju osviještenosti o očuvanju okoliša. Bea Johnson, Lauren Singer i Beth Terry, samo su neke od prominentnih figura domene Zero Waste pokreta čiji je primaran fokus djelovanje na društvenim mrežama u sklopu kojih se stvaraju virtualne zajednice. Svojim djelovanjem omogućile su stvaranje Zero Waste zajednice i pridonijele populariziranju zero waste pokreta, koji se uspio s vremenom transformirati iz pokreta koji je bio izrazito periferan u organizirani pokret koji djeluje diljem svijeta. Njihov je fokus velikim dijelom na konstruiranju Zero Waste životnog stila, postavljaju pitanje što svaki pojedinac može napraviti kako bi smanjio količinu otpada i plastike koja je u svakodnevnoj uporabi, usmjerene su na promjene na individualnoj razini čime su pridonijele izgradnji zero waste identiteta i olakšale formiranje zajedničkih interesa. Naglasak je često na individualnoj odgovornosti svakog člana zajednice i na kontrolu osobnog utjecaja na okoliš. U ovom obliku participacije često se polazi od toga da je promjena na osobnoj razini prvi korak koji dovodi do većih promjena, što ne isključuje nužno i stavljanje odgovornosti na donositelje odluka i industriju.

Blog Održivi život<sup>7</sup> Marka Capeka još je jedna platforma koja je usmjerena na promjene koje osoba može uvrstiti na osobnoj razini. Sadržaj bloga uključuje 10 prvih koraka kako

---

<sup>7</sup>Održivi život (s.a.) Zero Waste. Održivi život  
Dostupno na: <https://www.odrzivizivot.net/zero-waste/>

početi živjeti Zero Waste životni stil, informativnu abecedu ključnih pojmova vezanih uz ideju održivog života, kao i praktične savjete i DIY recepte te linkove za edukativne materijale, videa, brošure i razne resurse različitih udruga i organizacija koje djeluju na tom području poput zelene mreže aktivističkih grupa ZMAG, Greenpeace Hrvatska, TERRA HUB, Zelena akcija i sl. čime se potiče dodatna suradnja i umrežavanje.

Uz aktivističko djelovanje koalicije Zero Waste Hrvatska i Zelene akcije koje je usmjereno na poticanje promjena na političkoj razini i koje omogućuje konstruiranje i potvrđivanje identiteta u sukobu s lokalnom vlasti, članovi ovoga pokreta djeluju i na društvenim mrežama putem kojih se prvenstveno obraćaju građanima i građankama te se fokusiraju na poticanje i primjenu svojstvenoga načina života.

Zelena akcija ulazi u koaliciju Zero Waste Hrvatska te osniva grupu na Facebooku pod nazivom Zero Waste Croatia Network, a kako i sami navode cilj im je informiranje građana i građanki o održivim praksama te poticanje istih na djelovanje i angažman u zaštiti okoliša kao i objave o štetnim projektima koji se provode diljem Hrvatske.

Česte su objave poput podizanja svijesti o kompostiranju putem video priručnika za kućno kompostiranje, savjeti za održivu modu, potiče se na kupovinu u *second-hand* dućanima, održavaju radionice poput “Kreativnog razmišljanja i ponovne upotrebe”, zahtijeva se odgovornost proizvođača plastike i apelira na vladu i lokalnu vlast.

Građane se pokušava aktivirati prvenstveno edukacijom, upoznavanjem s problemima klimatske promjene, štetnosti plastike, daju im se pritom praktični savjeti kako mogu sami pridonijeti, kako mogu smanjiti svoj utjecaj, s tim da nije naglasak samo na odgovornosti pojedinca koji bi trebao mijenjati svoje navike, česte su kritike vlade, lokalne vlasti, pa i medija, te se apelira na nužne promjene javnih politika.

U sklopu “Škole održivosti” provode radionicu izrade solarnih kolektora, u suradnji sa Zero Waste Croatia, Zero Waste Europe i Break Free From Plastic i uz potporu sličnih organizacija organizira okrugli stol “Hrvatska bez jednokratne plastike”.

Sljedeća prominentna stranica je Zero Waste Croatia, također neprofitna organizacija, sadržaj objava je više fokusiran na svakodnevni život građana, na male osobne životne promjene.

Neke od objava su popis Zero Waste dućana u Zagrebu, članci o štetnosti *fast fashion* industrije, pružanje podrške inicijativama poput Za Zlarin bez plastike, Za škole bez plastike. Također su česte objave praktični savjeti kako izbaciti plastiku iz svakodnevne uporabe; kroz serijal videa “Održiva Hrvatska” promoviraju se različita Zero Waste rješenja i ideje ljudi iz različitih područja koji pripadaju zajednici, uglavnom su to primjeri ljudi koji su pronašli praktične načine kako usvojiti Zero Waste principe i uklopiti ih u svoj svakodnevni život.

Jedan aspekt zero waste identiteta koji se razvija u sklopu pokreta je ideja o osviještenom potrošaču, a prema UN-ovoj konferenciji iz 2019. godine o trgovini i razvoju, upravo je promišljen, osviješten i informiran potrošač taj koji značajno može utjecati na ostvarenje održivog razvoja. Nužno je educirati potrošače o utjecaju njihovih životnih i potrošačkih navika na samu industriju i posljedice koje to ima za društvo i okoliš. Kako bi provedba te inicijative bila uspješna od velike je važnosti suradnja donositelja politika koji trebaju zaštititi potrošača i omogućiti mu kroz regulaciju industrije pristup proizvodima koji podupiru održivu i cirkularnu ekonomiju, od procesa proizvodnje pa do materijala koji se koristi<sup>8</sup>. Sve je veća potražnja za proizvodima pravedne trgovine koja označava poštenije trgovinske odnose. Promjene u industriji reflektiraju zahtjeve potrošača pa su česti proizvodi koji se reklamiraju kao održivi, iako je često nejasno što to točno obuhvaća, može značiti da su korišteni sastojci koji su prirodni ili je pakiranje napravljeno od recikliranog materijala i sl. Naveli smo samo neke od načina na koje Zero Waste pokret pokušava utjecati na promjenu naracije o očuvanju okoliša tako što utječe na životni stil pojedinca. Nudi alternative koje su održive i ostvarive za pojedince, promjene koje su uklopljene u Zero Waste identitet i kulturu.

Jedna od vidljivih posljedica takvog oblika educiranja i širenja osviještenosti kod građana je niz alternativnih proizvoda koji se javljaju na tržištu i koji su osmišljeni i proizvedeni u skladu s principima očuvanja okoliša i smanjenja ljudskoga utjecaja na klimatske promjene. Postavljaju se novi standardi, traži se održivost i transparentnost u proizvodima i tvrtkama. Iako su vidljive neke promjene u industriji, treba pritom imati na umu prisutnu zlouporabu zelenog imidža kako bi tvrtke ostvarile korist ili *greenwashing* koji može donijeti značajnu štetu.

Ovaj oblik participacije u Zero Waste pokretu omogućuje pojedincima korištenje društvenih mreža kao alat pomoću kojega njihovo svakodnevno prakticiranje i provođenje Zero Waste mjera dobiva posebno značenje. Korištenje društvenih mreža im tako omogućava povezivanje s drugim članovima pokreta i istomišljenicima te se na taj način rješava problem prostorne udaljenosti. Korisnici tih platformi mogu podijeliti svoje iskustvo i ostvariti osjećaj pripadnosti Zero Waste zajednici, a ujedno se stvara interpretativni okvir Zero Waste pokreta što olakšava mobilizaciju novih članova.

---

<sup>8</sup> United Nations Conference on Trade and Development (2019) Smart consumers can set a new course for people and planet. United Nations Conference on Trade and Development  
Dostupno na: <https://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=2145>

Ovakav tip djelovanja je adekvatan jer pomaže pri izgradnji identiteta i formuliranju zajedničkih interesa pokreta, a kao posljedica biti i živjeti “green” postaje sve manje apstraktno i konfuzno, sve se lakše identificirati s takvim načinom života za pojedinca, ujedno se stvaraju nova očekivanja za industriju i poslovanje tvrtki. Putem određenog diskursa stvara se svijest kod ljudi da mogu i trebaju zahtijevati od vlasti i industrije zadovoljenje novih standarda koji su ekološki prihvatljivi i održivi.

Sljedeći tip djelovanja pokreta su apeli donositeljima odluka, razni projekti i zagovaranje javnih politika kroz suradnju s tijelima lokalne vlasti. Naglasak u ovom obliku analize društvenog pokreta su pregovori putem kojih se definira polje djelovanja i ciljevi kroz odnos aktera i njihovog okruženja, kontekst u kojem djeluju te borba za kulturnu moć. Ranije smo spomenuli Ann Swidler koja je naglasila važnost publiciteta kako bi se utjecalo na promjene u javnoj percepciji o određenim kulturnim obrascima. “Riječ je o borbi za kulturnu moć, u kojoj publicitet može biti potentno oruđe čak i ako dublje uvjeravanje ne nastupi. I bez svjesnog napora u stvaranju publiciteta, jedan od najvažnijih efekata koje društveni pokreti imaju je javno iznošenje slika koje zbunjuju postojeće kulturne obrasce“(Swidler 1995: 34). U tome se ističe Zero Waste Europe koja se razvija iz umrežene suradnje niza organizacija diljem Europe i cilj joj je ostvariti Zero Waste promjene na nacionalnoj i lokalnoj razini. Kako bi se ostvarila cirkularna ekonomija i osnovna Zero Waste hijerarhija cilj im je okupiti različite grupacije, inicijative, predstavnike jedinica lokalne samouprave i industrije, kao i aktiviste i stručnjake te im pružiti osnovne informacije i saznanja kako bi mogli donositi informirane odluke i provesti transformaciju gradova u skladu sa Zero Waste načelima. Organiziraju niz online događaja, radionica i konferencija kako bi pomogli općinama, stručnjacima na području odlaganja otpada, i vlasti na lokalnoj i nacionalnoj razini, u prikupljanju iskustva pri implementaciji Zero Waste strategija. Neki od tih događaja su radionica o prednostima depozitnog sustava za ambalažu, naglasak je na tome kako kvalitetna provedba pridonosi ostvarenju cirkularne ekonomije u Europi, raspravlja se o implementaciji na lokalnoj razini i nudi uspješne primjere te se promišlja o mogućem proširenju sustava na druge sektore, na primjer u transportu materijala i proizvoda.

Također se naglašava nužan pomak pri ostvarenju zero waste gradova, Zero Waste Europe nudi metodologiju za zero waste općine kako bi inspirirali i potaknuli promjene na lokalnoj razini. Jedna od takvih online edukacija je o materijalima koje koristimo za pakiranje hrane i njihovoj potencijalnoj štetnosti, koji utjecaj mogu takve kemikalije imati na ljudsko zdravlje, te kako negativno utječu na recikliranje i cirkularnu ekonomiju. Također se dotiču glavnih



ograničenja politika Europske Unije o tom problemu te istražuju potencijalna rješenja i prilike za unaprjeđenje tih zakona u sklopu agende Europske Unije, European Green Deal. Strategija koju zastupaju polazi od ambiciozne politike sprječavanja otpada, ponovne uporabe i optimiziranog odvojenog prikupljanja otpada na izvoru kako bi se omogućila kvalitetna reciklaža. Jednako tako smatraju kako je nužno uključiti zajednicu u taj proces koja će imati pristup alternativnim opcijama kako bi građani mogli na individualnoj razini svakodnevno prakticirati osnovne premise zero waste pokreta.

Također zagovaraju promjene politika na razini Europske Unije, analiziraju aktualne politike, te daju prijedloge za poboljšanja. U siječnju 2020. pozdravljaju predanost Europske komisije u ostvarenju cirkularne ekonomije u sklopu Europe Green Deal agende te nude analizu ranijih pokušaja i prijedloge za poboljšanje. Predlažu novu regulativu za kontrolu materijala i proizvoda. Raniji zakoni fokusirali su se isključivo na plastični materijal koji se koristi prilikom proizvodnje jednokratnih proizvoda no to ih nije približilo cirkularnoj ekonomiji. Naglasak bi trebao biti na tome da proizvodi i materijal od kojih su napravljeni budu što duže u upotrebi. Dakle, naglašavaju kako je važno uz ekodizajn uključiti i politike o novim poslovnim modelima i ostvariti novu infrastrukturu koja će poticati proizvodnju koja je u skladu sa zahtjevima cirkularne ekonomije. Također smatraju kako je neizbježan nov pristup implementaciji cirkularne ekonomije, nije dovoljno usmjeriti se samo na određene segmente poput naglaska na recikliranje koje samo po sebi nije adekvatno rješenje. Recikliranje bi trebalo biti posljednji stupanj, nakon ponovne uporabe i popravljanja proizvoda koji su već u cirkulaciji.

Kako bi provedba European Green Deal-a bila uspješna, potrebno je prema predstavnicima Zero Waste Europe prepoznati kako recikliranje nije dovoljno, potrebno je napustiti jednokratne proizvode i okrenuti se sistemima koji podupiru proizvode za višekratnu uporabu. Proizvodi koji se ne mogu ponovno upotrijebiti, popraviti ili reciklirati ne bi trebali imati pristup tržištu, trgovina otpadom bi se trebala zabraniti i nužno je poticati promjene na lokalnoj razini<sup>9</sup>.

Uz nekoliko organiziranih konkretnih protesta, djelovanje koalicije Zero Waste Hrvatska često se temelji na javnim apelima političkom vodstvu za promjenu politika vezanih uz

---

<sup>9</sup> Zero Waste Europe (2020) Zero Waste Europe response to the new Circular Economy Action Plan Consultation. Zero Waste Europe  
Dostupno na: [https://zerowasteurope.eu/wp-content/uploads/2020/01/zero\\_waste\\_europe\\_policybriefing\\_response-to-the-new-ce-action-plan\\_en.pdf](https://zerowasteurope.eu/wp-content/uploads/2020/01/zero_waste_europe_policybriefing_response-to-the-new-ce-action-plan_en.pdf)

određeni problem, dominantno problem odlaganja otpada i zadovoljavanje kvota u recikliranju otpada postavljenih od strane Europske unije.

Koalicija pokušava promijeniti narav diskursa koji se vodi o problemu odlaganja otpada, te potaknuti mobilizaciju građana kojima ukazuje na izravne financijske i zdravstvene štete koje će uslijediti ako se ustraje na spaljivanju otpada te daju prijedloge kako se kvalitetno provedenim mjerama može ostvariti odgovorno gospodarenje otpadom koje će biti na korist svima. U suradnji sa Zelenom akcijom objavila je niz apela te na taj način pokušala promijeniti postojeće kulturne obrasce i promijeniti javnu percepciju o onima koji donose ključne odluke. Kako bi ostvarili svoje ciljeve ukazali su na nedostatke i nesposobnost vlasti da provede potrebne promjene koje su prikazane kao nužne za dobrobit zajednice i neophodne za ostvarivanje održivog društva.

Zelena akcija 2016. u travnju postaje članicom mreže Zero Waste Europe, njezin zadatak je savjetovanje uz nadgledanje provođenja planiranih promjena i generalan napredak hrvatskih gradova koji su prihvatili Zero Waste strategiju. Tada su grad Prelog i 6 općina u Donjem Međimurju postale prve jedinice lokalne samouprave u Hrvatskoj koje su potpisale navedenu strategiju. Na tim područjima odvajalo se više od 50% otpada te se radilo na nadogradnji sustava koji uključuje kompostanu, sortirnicu, reciklažno dvorište i centre za ponovnu uporabu. U razvijanju sustava pomogla im je Zelena akcija koja je izradila studiju s preporukama, a plan je bio do 2020. odvajati 70% otpada<sup>10</sup>.

Godine 2015. koalicija 54 udruga pod zajedničkim nazivom Zero Waste Hrvatska objavila je javni apel Ministarstvu zaštite okoliša u kojemu se zahtijeva da se promijeni prijedlog Plana o odlaganju otpada i provedu mjere u skladu sa Zero Waste konceptom s naglaskom na ponovnu uporabu i recikliranje, kao i smanjenje otpada.

Naime, Plan gospodarenja otpadom je dokument koji je trebao odrediti način sakupljanja, obrade i zbrinjavanja otpada u RH za razdoblje do 2021. godine. Koalicija naglašava kako je Hrvatski sustav gospodarenja otpadom godinama među najgorima u EU, napominju kako se odvaja samo 15% ukupne količine otpada, a do 2020. Hrvatska je obavezna reciklirati 50%. Kritika Plana odnosi se na nerazrađenu ideju o kvalitetnoj infrastrukturi za odvajanje i recikliranje otpada, te se ustraje na odvođenju otpada u regionalne centre u kojima bi se otpad usitnjavao i prevozio na spaljivanje, čime bi se udaljili od ostvarenja obaveza.

---

<sup>10</sup>[https://zelena-akcija.hr/hr/programi/otpad/zelena\\_akcija\\_postala\\_clanica\\_mreze\\_zero\\_waste\\_europe](https://zelena-akcija.hr/hr/programi/otpad/zelena_akcija_postala_clanica_mreze_zero_waste_europe)

"Takvim sustavom nećemo ispuniti zadane obveze, čime Ministarstvo jasno poručuje da ne vodi brigu o javnom interesu i zaštiti okoliša, već građane planira dovesti u situaciju da moraju otplaćivati visoke kaznene penale EU i živjeti pokraj postrojenja koja štete okolišu i ugrožavaju im zdravlje<sup>11</sup>.

Nakon toga značajan je apel iz 2017. putem kojega se ukazuje na nefunkcionalnost regionalnih centara na primjeru već izgrađenog centra Marišćine kod Rijeke. Vidljive su i prve posljedice, mogućnost povećanje računa i smanjenje postotka recikliranja. Prema koaliciji ključno je da javnost bude uključena u planiranje projekata putem procesa javnog savjetovanja<sup>12</sup>.

Europska Komisija 2018. godine upozorava na štete u sklopu svog izvješća te ističe kako Hrvatska vrlo vjerojatno neće ispuniti ciljeve recikliranja do 2020. godine. Posljedica toga su kazne koje će plaćati građani u vidu većih mjesečnih računa za otpad. Koalicija ukazuje na to da Ministarstvo, unatoč upozorenjima EU i sankcijama koje će uslijediti, i dalje ustraje na izgradnji novih centara koji idu u korist pojedinim tvrtkama, a na štetu samih građana<sup>13</sup>. Situacija eskalira tijekom 2018. kada Ministarstvo zaštite okoliša i energetike procjenjuje kako koalicije udruga za zaštitu okoliša i građanskih inicijativa Zero Waste Hrvatska koristi svoju poziciju kako bi širila dezinformacije.

Ovaj tip djelovanja adekvatan je jer se temelji prvenstveno na lokalnom i međunarodnom umrežavanju, što je vidljivo kod Zero Waste Europe i koalicije Zero Waste Hrvatska.

Zero Waste Europe preuzima princip umrežavanja kao polaznu točku djelovanja. Vidjeli smo kako su usmjereni na politike na razini Europske Unije dok istovremeno samostalno potiču promjenu podržavanjem nacionalnih i lokalnih inicijativa kako bi se potaknuo prijelaz u organizaciju gradova prema Zero Waste principima. Za samu koaliciju ovaj oblik lokalnog i međunarodnog umrežavanja koristan je posebno ako uzmemo u obzir podzastupljenost ekološke problematike na ovim prostorima. Zajedno s drugim metodama ostvarenja ciljeva

---

<sup>11</sup>Zelena akcija (2015) Koalicija 54 udruge poručila ministarstvu: NE miješanju i spaljivanju otpada. Zelena akcija Dostupno na: ([https://zelena-akcija.hr/hr/programi/otpad/koalicija\\_54\\_udruge\\_porucila\\_ministarstvu\\_ne\\_mijesanju\\_i\\_spaljivanju\\_otpada](https://zelena-akcija.hr/hr/programi/otpad/koalicija_54_udruge_porucila_ministarstvu_ne_mijesanju_i_spaljivanju_otpada))

<sup>12</sup>H-ALTER (2017) Zero Waste Hrvatska upozorava: U centrima za (ne)gospodarenje otpadom vlada kaos. H-ALTER Dostupno na: <http://www.h-alter.org/vijesti/zero-waste-hrvatska-upozorava-u-centrima-za-ne-gospodarenje-otpadom-vlada-kaos>

<sup>13</sup>H-ALTER (2018) Europska komisija potvrdila upozorenja o štetama koje nanosi Ministarstvo okoliša. H-ALTER Dostupno na: <http://www.h-alter.org/vijesti/europska-komisija-potvrdila-upozorenja-o-stetama-koje-nanosi-ministarstvo-okolisa>

koje smo ranije naveli, poput stvaranja jedinstvenog identiteta posredovanog društvenim mrežama, Zero Waste pokret uspijeva obuhvatiti različite tipove djelovanja i pridonijeti stvaranju identiteta koji omogućuje identifikaciju u užem smislu. Dakle identifikaciju sa Zero Waste pokretom te specifičnim principima i rješenjima koje promovira, no zbog same prirode pokreta odnosno sveobuhvatnosti u pristupanju problematici, mogli bismo ustvrditi kako pridonosi i sve lakšoj identifikaciji s ekološkim pokretima općenito, s naglaskom na osvještavanju važnosti pitanja klimatskih promjena.

## 9. Zaključna analiza

Ranije smo pokazali kako su ekološki pokreti na području Hrvatske u nekoliko navrata, prvenstveno tijekom 1980-ih i 1990-ih, uspjeli ostvariti masovnije mobilizaciju nakon čega zanimanje za ekološki aktivizam jenjava. Kao neki od razloga navode se minimalna, gotovo nepostojeća, podrška vlasti i nezamjetan interes lokalnoga stanovništva. Sve to utječe na daljnju formaciju i oblik organizacije ekoloških pokreta. Dražen Šimleša i Jasmina Branilović u tekstu *Položaj i utjecaj ekoloških udruga u Hrvatskoj* promatraju promjene u ekološkoj osviještenosti ljudi na području Hrvatske u okviru promjena koje se odvijaju u civilnom društvu. Za njih je posebno značajna analiza postojećih krovnih organizacija, snaga njihovoga utjecaja, različiti savezi koji se sklapaju među organizacijama, kao i broj i snaga potpornih organizacija. Autori članka smatraju kako dodatnu snagu civilnome društvu daje upravo umrežavanje organizacija i inicijativa gdje one zajedničkim aktivnostima mogu ostvariti značajnije rezultate (Šimleša; Branilović 2007: 226). Kako je vidljivo iz primjera djelovanja za uspjeh koalicije ključna je bila lokalna podrška Zelene akcije kao i podrška Zero Waste Europe.

Ranije smo naveli kako je kultura konstitutivna karakteristika grupe koja razdvaja pripadnika grupe od suprotstavljene strane (Fine 1995: 129). Prema Fineu naracija ima središnju ulogu u društvenom pokretu i mobilizaciji novih članova, upravo ona postvaruje dijeljene pretpostavke i omogućuje izvedbu tradicije koju grupa generira i njeguje. Naracija stvara prostor u društvu u kojemu su promatrači potaknuti na identifikaciju s određenom situacijom i problemom drugih (Fine 1995: 141).

Kao što je pokazano, naracija putem koje se legitimiziraju određene teme procesom kulturne kontekstualizacije jedno je od primarnih tipova djelovanja aktera Zero Waste pokreta čiji se aktivizam fokusira na online domenu, dakle putem blogova i društvenih mreža. Kolektivni identitet na tragu ranije navedene teorije promatramo kao nešto što je interaktivan proces koji

se neprestano postvaruje i konstruira u razgovorima i kodificira u tekstovima, ritualima, javnim simbolima. Vidjeli smo na temelju primjera kako prisutnost pokreta na društvenim mrežama olakšava taj proces identifikacije i daje prostor pripadnicima pokreta da aktivno sudjeluju u konstrukciji i proživljavanju identiteta kroz mijenjanje dominantne naracije o klimatskim promjenama, održivom načinu života, što onda olakšava prenošenje toga u praksu. Pokazali smo kako prakticiranje Zero Waste principa može postati aspekt identifikacije s pokretom. Na taj se način stvara dijeljeni okvir nepravde, razvija se vlastita kultura, uzorci ponašanja iz čega proizlazi zajednički jezik i diskurs koji mogu postati resurs pokreta. Naime, Melucci naglašava kako svaki put kad promatramo individue koje djeluju kolektivno, suočeni smo s multipolarnim akcijskim sistemom. Akteri čitavo vrijeme pregovaraju o nizu značenja vezanih uz njihovo djelovanje i ciljeve, definiraju sebe kroz vlastiti odnos s okolinom, na taj način doprinose konstruiranju svijesti o “mi” te njihovoj pripadnosti toj formaciji. Čitav taj proces u sebi uključuje barem tri linije. Jedna linija tiče se krajnjega cilja, svrhe, odnosno koje značenje to ima za samoga aktera, sljedeća je vezana uz pitanje načina na koji se ciljevi ostvaruju, dakle mogućnosti i ograničenja djelovanja te naposljetku pitanje okruženja, odnosno okoline unutar koje se te aktivnosti provode (Melucci 1988: 333).

Formiranjem blogova i Facebook grupa pokret i popratne organizacije mogu jednostavnije i na puno većoj skali raditi na konstruiranju zajedničkih vjerovanja, ponašanja i običaja kroz personaliziranje tradicije i određenih agendi pokreta. Jednako tako stvara se podrška dijelu organizacije koja djeluje i na političkoj razini gdje se u nekim slučajevima javlja preklapanje, dakle putem stranice mogu se mobilizirati novi akteri koji će zaista biti aktivni i usmjeriti svoje djelovanje na ostvarenje promjena na političkoj razini, dok ostali na perifernom dijelu izmjenjuju informacije, sadržaj, savjete, primjere, pridodaju promjeni naracije i transformacijom na osobnoj razini pridonose ostvarenju agende i Zero Waste principa. Možemo vidjeti kako je vjerojatnost sudjelovanja u pokretu ovisna o sposobnosti kultiviranja i definiranja zajedničkoga identiteta, odnosno definiranja što to znači živjeti u skladu sa Zero Waste principima, koje se temeljne vrijednosti zastupaju te kako to prenijeti u svakodnevni život.

Zero Waste Europe ima holistički pristup prilikom čega se potiče promjena na individualnoj, ali i na razini cijeloga društvenoga uređenja.<sup>14</sup> Kako bi njihov utjecaj bio sveobuhvatan

---

<sup>14</sup> Zero Waste Europe (s.a.) What we do. Zero Waste Europe  
Dostupno na: <https://zerowasteurope.eu/what-we-do/>

podržavaju nacionalne i lokalne Zero Waste udruge i grassroots organizacije koje rade na provedbi ekološki prihvatljivih sustava gospodarenja otpadom. Način djelovanja koji se temelji lokalnom i međunarodnom umrežavanju u skladu je s osnovnom logikom rada Zero Waste Europe. Dakle postojao je dio populacije koji je imao inklinaciju prema problematizaciji određenih pitanja vezanih uz zaštitu okoliša, prvenstveno se to odnosilo na konkretne probleme s kojima su te grupacije bile suočene te koje su naposljetku i dovele do njihovoga umrežavanja. To nas dovodi do ranije spomenute Meluccijeve mreže regrutiranja kao platforme već postojećih odnosa iz kojih se može dalje razvijati jedinstveni pokret i olakšati proces mobilizacije i oformljavanja zajedničkoga djelovanja kao i motivacijski referentni okvir.

Meluccijev koncept mobilizacijskog potencijala obuhvaća granu ovoga pokreta kojoj je glavna domena djelovanja vezana uz političku sferu. Dakle, primaran cilj je izvršiti utjecaj na predstavnike vlasti kako bi se donijele zakonske promjene. S obzirom na svojstvenu tradiciju ekoloških pokreta koja se razvija na ovome području i na političko okruženje koje nije izrazito naklono takvom obliku aktivizma organizira se koalicija Zero Waste Hrvatska iz već postojeće mreže organizacija i grupa koje se bave tom problematikom.

Kao što smo pokazali koalicija Zero Waste Hrvatska između ostaloga svoj identitet stvara i održava na temelju sukoba s određenim predstavnicima vlasti. Zelena akcija djeluje na području pitanja očuvanja okoliša nekoliko desetljeća. Razina mobilizacijskoga potencijala takva je da je po pitanju očuvanja okoliša postojalo niz zasebnih grupacija na području Hrvatske koje su se suočavale s nizom ograničenja i takvom političkom klimom koja je otežavala napredak i promjene. Ako uzmemo u obzir ranije stanje u Hrvatskoj i način na koji su djelovale grupe koje su se borile za zaštitu okoliša možemo uvidjeti sličan obrazac, ponavlja se ranije spomenuto “gerilsko djelovanje” grupacija i građanskih udruga koje reagiraju na iznikle probleme, često se suočavajući s nedostatkom složene infrastrukture i jasnog plana djelovanja, ono što ih održava i ujedinjuje je identitetsko samoodređenje u okviru Zero Waste pokreta koji je dio veće europske organizacije i konkretan problem gospodarenja otpadom, određenja koja stvaraju koheziju, omogućuju mobilizaciju i naposljetku osnivanje i opstanak koalicije.

Pokazali smo kako je u ovom slučaju kvalitetna lokalna i međunarodna umreženost pokreta, kao i djelovanje putem novih medija omogućila pokretu stvaranje zajednice koja može koristiti različite resurse. Na taj način mogu nadoknaditi potencijalne slabe točke pokreta s kojima se susreću pojedini akteri ovisno o području djelovanja. U slučajevima gdje nije jaka civilna scena ili gdje postoji značajan otpor od strane vlasti, ključnu ulogu imat će akteri koji

djeluju putem društvenih mreža i pokušavaju promijeniti dominantnu naraciju i percepciju o klimatskim promjenama, štetnosti plastike i prednostima cirkularne ekonomije kod pojedinaca. Pripadnici pokreta svojim djelovanjem stvaraju zajednicu, njima svojstven životni stil koji može potaknuti promjene u industriji, koja je ključan akter u ostvarenju cirkularne ekonomije.

Također im je omogućilo određenu fleksibilnost pri pokretanju promjena. Zero Waste Europe naglašava kako im je cilj suradnja s Europskom Unijom i utjecaj na promjene politika, dok istovremeno uspostavljanjem kontakta s lokalnim inicijativama i organizacijama mogu pokrenuti promjene neovisno o trenutnim inklinacijama Europske Unije.

Zero Waste Europe podržava Zelenu akciju koja postaje njihov član, nakon čega nastaje koalicija Zero Waste Hrvatska. Na scenu dolazi novi akter koji se može tražiti od vlasti promjene politika i biti žarišna točka Zero Waste pokreta u Hrvatskoj što povećava šanse za njihov uspjeh. Nekoliko studija kojima se bave Pietzsch i suradnici naglašava koliko su važne promjene u ponašanju građana za uspjeh Zero Waste pokreta, a edukacijski seminari i kampanje su pritom ključni kao što važnu ulogu ima sama vlast s učinkovitim upravljanjem resursima. Nameće se zaključak nužnosti suradnje i sudjelovanja vlasti, zajednice, NGOa, industrije, dobavljača i posrednika kako bi se doista vidjele promjene, a ako se promjene provode samo na nekima od tih razina rezultati su nedostatni (Pietzsch et al. 2017:333). Ako pokret nema potporu od strane vlasti, odgovornost pada na nezavisne organizacije, inicijative i pojedince, što smanjuje mogućnosti promjene na većoj skali. Nekoliko studija ukazuje na to da važnu ulogu ima razrađen plan nužnih smjernica za upravljanje otpadom, aktivna i snažna uključenost donositelja odluka i potpora pitanjima održivosti okoliša koja u sebi uključuje sustavan pregled društvenopolitičkih ograničenja i stvaranje konzistentne baze podataka na temelju koje će se vršiti usporedba uspješnosti između gradova (Pietzsch et al. 2017: 329). Kako bi implementacija principa doista bila sveobuhvatna potrebno je poticati suradnju javnog i privatnog sektora. Uz sve to ključna je podrška i uključenost vlasti i promjene javnih politika (Pietzsch et al. 2017: 330).

## 10. Zaključak

Kad govorimo o ekološkim pokretima ponekad je teško jasno definirati identitet članova pokreta, posebno ako uzmemo u obzir da se pojedinac može identitetski odrediti na različite načine, ovisno o pripadnosti određenoj rasi, naciji, profesiji i sličnim odrednicama. Zero Waste pokret olakšava taj proces identifikacije jer pridonosi razvijanju specifičnog životnog

stila koji se promovira na društvenim mrežama koji se sve lakše može povezivati s ekološkim pokretima generalno, a sve to pridonosi uspješnijoj mobilizaciji.

Ako promatramo kolektivni identitet i djelovanje u kontekstu preklapanja tekstova, simbola, razgovora i rituala koji stvaraju okruženje u kojemu se ljudi mogu prepoznati, pronaći neke sličnosti, ostvariti zajedničke težnje i koordinirati svoje djelovanje, aktivnosti koje se provode na društvenim mrežama, informacije koje se dijele pridonose tom procesu identifikacije i mobilizacije. Fokus rada bila su različita sredstva djelovanja pokreta u kojima je središnja točka konstrukcija kolektivnoga identiteta, zajedničkih interesa i okvira nepravde kako bi se ostvarile mobilizacija novih aktera i potaknule promjene u naraciji o klimatskim promjenama, životnom stilu pojedinaca i izvršio utjecaj na vlast i industriju.

Osvrnuli smo se na prednosti lokalnog i međunarodnog umrežavanja i konkretnije aspekte djelovanja samoga pokreta koji je povezan s lokalnom vlasti s obzirom na to da je dio njihovog djelovanja usmjeren na promjenu infrastrukture i javnih politika, dok nam analiza uloge društvenih mreža i identiteta koji se ostvaruje prakticiranjem određenih praksi i formiranjem svojstvenoga životnoga stila pokazuju kako se dodatno odvija mobilizacija novih članova, dakle Zero Waste kao promoviranje svojstvenoga životnoga stila putem grupe na Facebooku i blogova. Obje strane nam daju uvid u dinamiku pokreta, koji svojim djelovanjem i naracijom obnavljaju i mijenjaju već postojeći zajednički identitet, koji im olakšava daljnje djelovanje i mobilizaciju.



## Literatura:

Barbera, P.; Bonneau, R.; Jost, J. T.; Langer, M.; Metzger, M.; Nagler, J.; Sterling, J.; Tucker, J.A. (2018.) "How Social Media Facilitates Political Protest: Information, Motivation, and Social Networks". U: *Advances in Political Psychology*, Vol. 39, Suppl. 1, str. 85-118

De Mediros, J. F.; Duarte Ribeiro, J. L.; Pietzsch, N. (2017.) "Benefits, challenges and critical factors of success for Zero Waste: A systematic literature review". U: *Waste Management*. Vol. 67. Ur. U. Arena, M. Barlaz, P.J.He. *International Journal of Integrated Waste Management, Science and Technology*, str. 324-353

Melluci, A. (1995.) "The process of Collective Identity". U: *Social Movements and Culture*. Ur. H. Johnston i B. Klandermans. University of Minnesota Press, str. 41-63

Melluci, A.(1988.) "Getting involved: Identity and Mobilization in Social Movements". U: *From Structure to Action: Comparing Social Movement research across Cultures*. Ur. B. Klandermans, H. Kriesi i S. Tarrow. Greenwich-London: JAI Press, str. 329-345

Fine, G. A. (1995). "Public Narration and Group Culture: Discerning Discourse in Social Movements". U: *Social Movements and Culture*. Ur. H. Johnston i B. Klandermans. University of Minnesota Press, str 127-143

Hunt, S. A.; Benford, R. D. (2004.) "Collective Identity, Solidarity, and Commitment". U: The Blackwell Companion to Social Movements. Ur. D.A. Snow, S. A. Soule, H. Kriesi. Blackwell Publishing Ltd, str. 433-457

Johnston, H. ; Klandermans, B. (1995.) "The Cultural Analysis of Social Movements". U: Social Movements and Culture. Ur. H. Johnston i B. Klandermans. University of Minnesota Press, str. 3-24

Klandermans, B. (2004). "The Demand and Supply of Participation: Social-Psychological Correlates of Participation in Social Movements". U: The Blackwell Companion to Social Movements. Ur. D.A. Snow, S. A. Soule, H. Kriesi. Blackwell Publishing Ltd, str. 360-379

Hasselkuss, M.; Liedtke, C.; Nordmann, J.; Welfens, M.J. (2013.) "Transformation towards sustainable consumption : changing consumption patterns through meaning in social practices". Wuppertal Institute for Climate, Environment, and Energy

Oštrić, Z. (2014.) Ekološki pokret u Hrvatskoj 1990-ih (s pogledom iz 2013.). U: Ekonomska i ekohistorija, Vol.10, No.1. Ur. I. Zebec Šilj i H. Petrić. Zagreb:Društvo za hrvatsku ekonomsku povijest i ekohistoriju, str. 41-93

Rootes, C. (1995.) "Environmental Movements". U: The Blackwell Companion to Social Movements. Ur. D.A. Snow, S. A. Soule, H. Kriesi. Blackwell Publishing Ltd, str. 608-640

Swidler, A. (1995.) "Cultural Power and Social Movements". U: Social Movements and Culture. Ur. H. Johnston i B. Klandermans. University of Minnesota Press, str. 25-40

Šimleša, D. ; Branilović, J. (2007.) Položaj i utjecaj ekoloških udruga u Hrvatskoj. U: Razvoj sposoban za budućnosti; prinosi promišljanju održivog razvoja Hrvatske. Ur. V. Lay. Zagreb: Institut društvenih znanosti "Ivo Pilar", str. 223-259

## Zero Waste pokret i pitanje identiteta kao instrumenta mobilizacije

Zero Waste pokret promatra se iz dvije perspektive, kao online pokret i politički aktivizam. Razmotrit će se koju ulogu imaju kultura, identitet i društvene mreže u mobilizaciji novih aktera. Konstrukcija kolektivnoga identiteta i okvira nepravde ključne su kod Zero Waste pokreta za mobilizaciju novih aktera i za poticanje promjena u naraciji o klimatskim promjenama. Na taj način se stvara jedinstven kontekst unutar kojega se olakšavaju procesi identifikacije. Zero Waste pokret ima holistički pristup, što obuhvaća lokalno i međunarodno umrežavanje te korištenje različitih sredstava kako bi se ostvario sveobuhvatan utjecaj i ostvarenje ciljeva. U sklopu analize Zero Waste pokreta posebno se razmatraju tipovi djelovanja pokreta. Naglasak je na organizaciji i provođenju edukacija, radionica i osnivanju Facebook grupa kojima je cilj ekološka pismenost građana i mobilizacija novih članova, dok u nekim slučajevima olakšavaju posredno sudjelovanje u pokretu kroz dijeljenje informacija i pružanje podrške. Druga sfera djelovanja, koja se sastoji od iznošenja apela i zagovaranja javnih politika u suradnji s tijelima lokalne vlasti, za cilj ima konkretne promjene na političkoj razini. Kroz navedene procese identifikacije i politički aktivizam Zero Waste pokret nastoji svojim djelovanjem promijeniti dominantnu naraciju o štetnom utjecaju plastike na okoliš i potaknuti promjene javnih politika i industrije.

Ključne riječi: Zero Waste pokret, identitet, mobilizacija, politički aktivizam, online pokret

## The Zero Waste movement and the question of identity as an instrument of mobilization

The Zero Waste movement is viewed from two perspectives, as an online movement and as political activism. It will be reviewed what function culture, identity and social platforms play in the process of mobilization. The construction of collective identity and framework of injustice are key aspects to the Zero Waste movement, especially when it comes to the process of mobilization and originating changes in the narrative about climate change. They help to create a unique context within which identification processes are facilitated. The Zero Waste movement has a holistic approach, that means local and international networking, also use of different means of engagement in order to facilitate changes and influence. The analysis of the movement includes different types of agency. The emphasis is on the organizing and conducting different educational workshops and the formation of Facebook groups in order to educate and mobilize citizens, also it enables indirect participation through the means of only sharing content. Second type of agency consists of advocating for changes in public policies and cooperation with local authorities. Through the aforementioned processes of identification and political activism the Zero Waste movement is trying to make a change in the narrative about the harmful effects of plastics on the environment also to facilitate policy changes and the transformation of the industry.

Key words: Zero Waste movement, identity, mobilization, political activism, online movement