

JĀNIS BRIZGA | INĀRA TEIBE | AGITA PUSVILKA  
LĀSMA OZOLA | MĀRIS JANSONS



# Bez atkritumiem

---

VADLĪNIJAS NEVALSTISKO ORGANIZĀCIJU  
KAPACITĀTES STIPRINĀŠANAI



# Bez atkritumiem

---

VADLĪNIJAS NEVALSTISKO ORGANIZĀCIJU  
KAPACITĀTES STIPRINĀŠANAI

# Saturs

<b>Ievads</b>	<b>3</b>
<b>① ATKRITUMI UN TO APSAIMNIEKOŠANA</b>	<b>4</b>
Atkritumu iedalījums	5
Atkritumu ietekme uz vidi	7
Atkritumu jomu regulējošie normatīvie akti	8
Sadzīves atkritumu apsaimniekošana	10
<b>② ATKRITUMU SAMAZINĀŠANA</b>	<b>12</b>
<b>③ DALĪTA ATKRITUMU SAVĀKŠANA, KOMPOSTĒŠANA, PĀRSTRĀDE UN REĢENERĀCIJA</b>	<b>17</b>
Papīrs	18
Stikls	19
Plastmasa	19
Metāls	19
Bīstamie atkritumi	20
Elektriskie un elektroniskie atkritumi	20
Baterijas, akumulatori un spuldzes	20
Transportlīdzekļi un to piederumi	21
Azbesta atkritumi un to apsaimniekošana	21
Medicīnas atkritumi	21
Inertie atkritumi	21
Bioloģiski noārdāmie atkritumi	22
Atkritumu apglabāšana poligonos	24
Atkritumu sadedzināšanas rūpnīcas	24
<b>④ NVO TIESĪBAS UN LĪDZDALĪBA ATKRITUMU APSAIMNIEKOŠANĀ</b>	<b>26</b>
<b>⑤ NVO KAMPAŅAS – SOCIĀLAIS AKTĪVUMS</b>	<b>29</b>
Pirmais solis – izpēte un informācijas vākšana	32
Otrais solis – kampaņas plānošana	35
Trešais solis – kampaņas idejas izstrāde	37
Ceturtais solis – komunikācija kampaņas ietvaros	38
Piektais solis – kampaņas norise	42
<b>Izmantotā un ieteicamā literatūra</b>	<b>43</b>
1. pielikums. Faktori, kas ietekmē atkritumu apsaimniekošanas modeļa izvēli	44
2. pielikums. Darba grupu dalībnieku saraksts	45
3. pielikums. Normatīvie akti atkritumu apsaimniekošanas jomā	46

# Ievads

Dzīvot tīrā un sakoptā vidē ir nevis privilēģija, bet gan ikviena cilvēka tiesības un nepieciešamība, tāpēc sabiedrības pienākums ir rūpēties par vides aizsardzību, tai skaitā nodrošināt atkritumu ilgtspējīgu apsaimniekošanu. Taču, lai to īstenotu, ir jābūt aktīvai un vienotai dažādu sabiedrības grupu (vides speciālistu, iedzīvotāju, sabiedrisko organizāciju, kā arī pašvaldību, uzņēmumu un plašsaziņas līdzekļu pārstāvju u. c.) sadarbībai. Būtiski nosacījumi šādai sadarbībai un ikviena sabiedrības indivīda aktīvai rīcībai ir savu tiesību un iespēju pārzināšana, kā arī viegli pieejama informācija par atkritumu veidiem, bīstamību, pārstrādi, radīto slodzi videi un apsaimniekošanas iespējām.

Šo vadlīniju izstrādes mērķis ir stiprināt nevalstisko organizāciju (NVO) administratīvo kapacitāti, zināšanas un līdzdalību politikas plānošanā un ieviešanā attiecībā uz jautājumiem, kas saistīti ar atkritumu kā resursu efektīvu izmantošanu. Vadlīnijas soli pa solim iepazīstina ar atkritumu apjoma samazināšanas un pārstrādes iespējām, atklājot atkritumu apsaimniekošanā pastāvošās problēmas, kā arī sniedz ieteikumus, kas palīdzēs NVO sektoram atrast pareizo veidu, kā komunicēt ar pašvaldībām, iedzīvotājiem un komercstruktūrām un īstenot praksē efektīvas kampaņas atkritumu apsaimniekošanas jomā.

Šīs vadlīnijas ir sagatavotas, īstenojot projektu “Nevalstisko organizāciju administratīvās kapacitātes stiprināšana jautājumos, kas saistīti ar līdzdalību politikas plānošanā un ieviešanā par atkritumiem kā izmantojamiem resursiem” (projekta īstenotājas: biedrības “homo ecos:”, “Zaļā brīvība” un “Latvijas Zaļā kustība”). Projekta mērķis ir veicināt Latvijas nevalstisko organizāciju administratīvo kapacitāti, zināšanas un līdzdalību politikas plānošanas un ieviešanas un lēmumu pieņemšanas procesā, sekmēt nevalstiskā sektora sadarbību un pozitīvās pieredzes pārņemšanu atkritumu apsaimniekošanas jautājumos. Projekta ietvaros tika izveidotas trīs darba grupas:

1. Dārza un pārtikas atkritumi kā resurss.
2. NVO līdzdalība atkritumu saimniecības pārvaldībā pašvaldībā.
3. NVO loma sabiedrības informēšanā un iesaistē par atkritumiem kā izmantojamiem resursiem.

Uz darba grupu diskusijām tika aicināti dažādu mērķgrupu pārstāvji, lai kopīgi pārrunātu, kā veidot sabiedrību, kas atkritumus izmantotu kā resursus, un kādi priekšnoteikumi tam ir nepieciešami. Projekta komanda pateicas visiem darba grupu dalībniekiem par ieguldījumu vadlīniju izstrādē (darba grupu dalībnieku sarakstu sk. 2. pielikumā).

1

# Atkritumi un to apsaimniekošana

Mūsdienu patēriņa apmierināšanai ir nepieciešams liels dabas resursu apjoms, un ražošanas procesi rada būtisku gaisa, ūdens un augsnes piesārņojumu, tai skaitā atkritumus. Daudzas iegādātās preces ir ar ļoti īsu kalpošanas laiku un jau pēc neilga laika nonāk atkritumu tvertnē.

Viens cilvēks Latvijā gadā rada 333 kg atkritumu, kas ir nedaudz mazāk nekā citur Eiropā – 360 kg. Neskatoties uz iniciatīvām, ar kurām tiecas mazināt atkritumu rašanos, kopējam radīto atkritumu apjomam ir tendence pieaugt ne tikai pasaulē, bet arī Latvijā. Daļa šo atkritumu ir bīstami un prasa īpašu apsaimniekošanu. Ņemot vērā atkritumu rašanās avotu, vairākums (89–98 %) mājāsaimniecību radīto atkritumu ir pārstrādājami, reģenerējami, kompostējami vai izmantojami atkārtoti, taču Latvijā atkritumu šķirošana un pārstrāde joprojām ir vāji attīstīta un dominē atkritumu apglabāšana atkritumu poligonos.

Tāpēc viens no atkritumu apsaimniekošanas galvenajiem mērķiem ir atkritumu apjoma samazināšana un radīto atkritumu atkārtota izmantošana. Ne mazāk svarīgi ir veicināt atkritumu šķirošanu, kompostēšanu, pārstrādi un reģenerāciju, lai pēc iespējas mazāk atkritumu būtu jāapglabā atkritumu poligonos, kur tie ir neizbēgami zuduši tālākai izmantošanai.

Atkritumu apsaimniekošana nav vienkārša – tā, attīstoties inovatīvākām un efektīvākām atkritumu pārstrādes un reģenerācijas tehnoloģijām, nemitīgi pilnveidojas.

Lai to labāk izprastu, turpmāk sniegta atkritumu definīcija, aprakstīti galvenie atkritumu veidi un to iedalījums pēc izcelsmes, kā arī raksturota bīstamība un galvenie apsaimniekošanas veidi, kas var palīdzēt izvēlēties labāko pieeju, veidojot NVO kampaņas un argumentējot par labu vienam vai otram risinājumam.



4

# ATKRITUMU IEDALĪJUMS

Saskaņā ar Atkritumu apsaimniekošanas likumu atkritumi ir jebkurš priekšmets vai viela, no kuras tās valdītājs ir nolēmis vai ir spiests atbrīvoties, jo tā ir zaudējusi savas īpašības vai izmantojuma iespējas. Atkritumus pēc to izcelsmes iedala trijās kategorijās: bīstamie atkritumi, ražošanas atkritumi un mājsaimniecības atkritumi.

Papildus iedalījumam pēc izcelsmes atkritumu apsaimniekošanā tiek izmantoti arī vēl citi klasifikācijas veidi: iedalījums pēc to ietekmes uz apkārtējo vidi un cilvēku veselību, izmantošanas veida utt. Katrs no šiem iedalījuma veidiem ļauj sagrupēt atkritumus vai nu pēc to radītājiem un īpašībām, vai turpmākām pārstrādes iespējām.

Iedzīvotāju atkritumi  
Mazo komersantu atkritumi  
Institūciju atkritumi



## PĒC IZCELSMES



### Sadzīves atkritumi,

kas rodas, piem.:

- mājsaimniecībās,
- tirdzniecībā,
- institūcijās,
- pakalpojumu sniedzējiem



### Rūpnieciskie atkritumi,

kas rodas, piem.:

- pārtikas rūpniecībā,
- tekstilrūpniecībā,
- mašīnbūvē un metālapstrādē,
- ķīmiskajā rūpniecībā



### Speciālie atkritumi:

- riepas,
- notekūdeņu dūņas,
- ielu saslaukas

## PĒC IETEKMES UZ APKĀRTĒJO VIDI



### Inertie atkritumi:

- akmeņi,
- dzelzsbetons,
- ķieģeļi



### Mazbīstamie atkritumi:

- dārza atkritumi,
- virtuves atkritumi,
- jaukti sadzīves atkritumi



### Bīstamie atkritumi:

- lakas,
- krāsas,
- medikamenti

## PĒC SASTĀVA



### Organiskas vielas:

- plastmasa,
- papīrs,
- koksne



### Neorganiskas vielas:

- metāls,
- stikls,
- sārmis



### Kompozītmateriāli:

- laminētas plēves

## PĒC IZMANTOŠANAS VEIDA



### Kompostējamie atkritumi:

- dārza atkritumi,
- virtuves atkritumi,
- notekūdeņu dūņas,
- koksnes atkritumi



### Sadedzināmie atkritumi:

- plastmasa,
- papīrs,
- koksnes atkritumi,
- notekūdeņu dūņas



### Pārstrādājamie atkritumi:

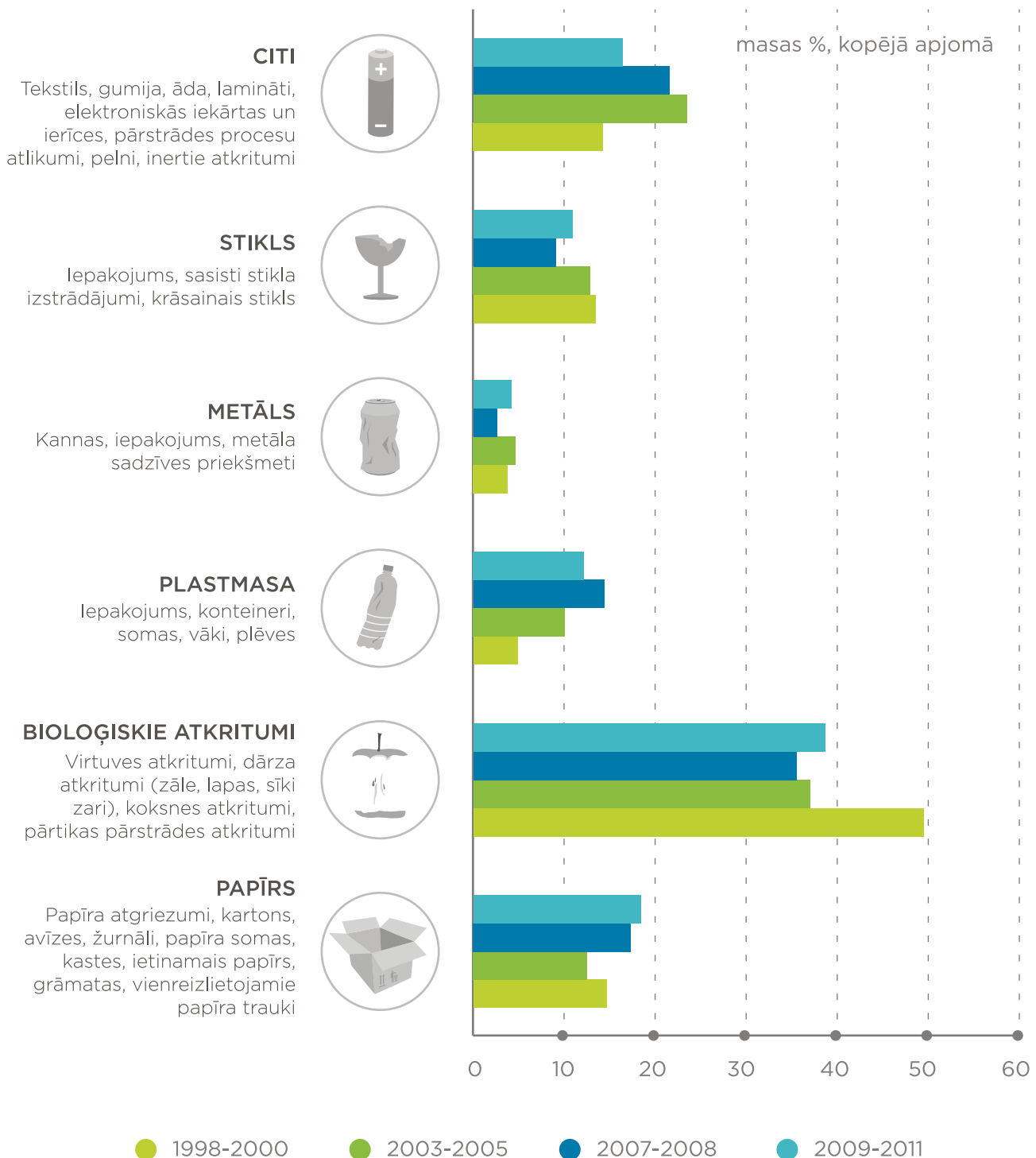
- stikls,
- papīrs,
- metāls,
- plastmasa

## ATKRITUMU IEDALĪJUMA VEIDI

Galvenie atkritumu veidi māsaimniecību atkritumu grupā ir virtuves un dārza atkritumi, papīrs un kartons, plastmasa, stikls, metāls un citi atkritumi, kā, piem., tekstils, minerāli, gumija un māsaimniecībās radītie bīstamie atkritumi. Lielu īpatsvaru kopējā māsaimniecību atkritumu sastāvā veido būvniecības atkritumi un liela izmēra atkritumi, kā mēbeles un sadzīves priekšmeti. To savākšana parasti tiek organizēta atsevišķā atkritumu plūsmā un nav iepriekš plānojama.

Atkritumu sastāvu ietekmē dažādi faktori, piem., valsts ekonomiskā attīstība, ienākumi un patēriņa struktūra, personu skaits un vecums māsaimniecībā, kultūras un vēsturiskās tradīcijas, ģeogrāfiskais stāvoklis u. c. Mainoties šiem faktoriem, mainās arī sadzīves atkritumu sastāvs, tā, piem., pēdējos 10 gados, Latvijā plastmasas atkritumu apjoms ir pieaudzis no 4,8 līdz 11,96%, papīra un kartona atkritumu apjoms – no 14,5 līdz 18,2%, savukārt stikla iepakojuma daļa samazinājusies no 13,3 līdz 10,8% un bioloģisko atkritumu īpatsvars – no 49,5 līdz 38,5%, bet metāla iepakojuma atkritumu daļa kopējā apjomā svārstījusies no 2,6 līdz 4%.

### Sadzīves atkritumu sastāvs un izmaiņas tajā laika posmā no 1998. līdz 2011. gadam





# ATKRITUMU IETEKME UZ VIDI

Droša un ilgtspējīga atkritumu apsaimniekošana būtiski uzlabo cilvēku labklājību un vides kvalitāti. Dažādu preču ražošanai jau gadu simtiem tiek izmantoti daudzveidīgi dabas resursi (neizmantojot atkārtoti pārstrādātus materiālus, izejmateriālu sagādei un ražošanas procesiem tiek patērēts daudz vairāk enerģijas). Lai arī sabiedrībā arvien vairāk aktualizējas diskusija par preču ražošanu saskaņā ar principu “no šūpuļa līdz šūpulim” (angļu valodā: *cradle to cradle*), kurš ietver ražošanas procesu, kas nodrošina dabas resursu saudzīgu un ilgtspējīgu izmantošanu, lielākā daļa sabiedrības joprojām ir orientēta uz patēriņu un rada daudz atkritumu, kuri, nepareizi apsaimniekoti, var radīt augšnes, ūdens un gaisa piesārņojumu.

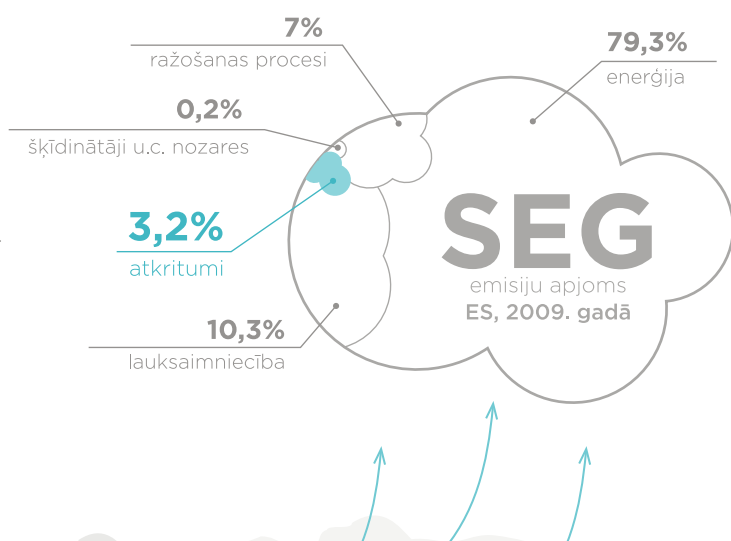
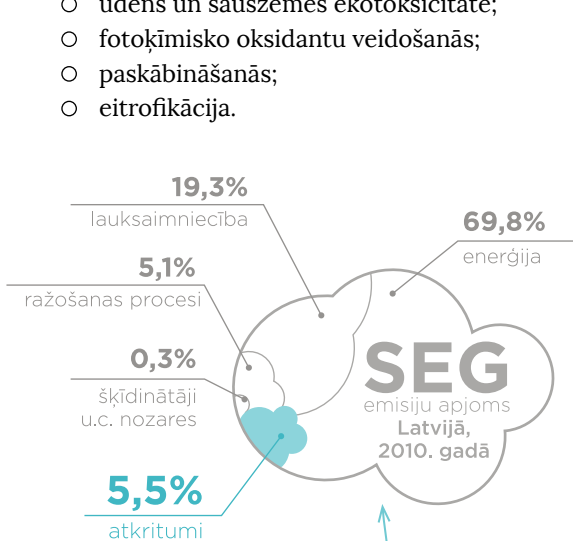
Atkritumos nonāk vērtīgi un izmantojami materiāli, kuri var aizvietot dabas resursu patēriņu, bet tikai neliela daļa no tiem tiek izmantoti atkārtoti vai pārstrādāti. Tādējādi katru dienu neatgriezeniski tiek noplicināts kvalitatīvai dzīvei tik nepieciešamais dabas kapitāls.

Atkritumu ietekmi uz vidi nosaka trīs galvenie faktori: to ķīmiskā daba, koncentrācija un sadalīšanās ātrums. Atkritumu saimniecībās izmanto dažādas sarežģītības pakāpes aprēķinu metodes, ar kuru palīdzību var novērtēt atkritumu saimniecību radīto ietekmi un slodzi uz vidi, kas izpaužas kā:

- dabas resursu noplicināšana;
- zemes izmantošana (zemes vērtības samazināšanās);
- klimata pārmaiņas;
- ozona slāņa noārdīšanās;
- ūdens un sauszemes ekotoksicitāte;
- fotoķīmisko oksidantu veidošanās;
- paskābināšanās;
- eitrofikācija.

Būtisku slodzi videi rada arī pati atkritumu apsaimniekošana (savākšana, pārstrāde, reģenerācija, apglabāšana), piem., **emisijas gaisā un notekūdeņos**, kas īpaši nozīmīgi var būt atkritumu sadedzināšanas iekārtām un atkritumu poligoniem; ietekme uz **cilvēku veselību, faunu un floru; sociālekonomiskā ietekme**, piem., ietekme uz blakus esošajiem iedzīvotājiem un to īpašuma vērtību vai ietekme uz **zemes turpmāku izmantošanu un kultūrvēsturisko mantojumu** – infrastruktūras saderība un pieguļošo zemju izmantošanas atbilstība vietējam teritorijas attīstības plānam.

Viens no piemēriem ir ar atkritumu apsaimniekošanu saistītās siltumnīcefekta gāzu (SEG) emisijas. Saskaņā ar Nacionālo SEG emisiju inventarizācijas ziņojumu vislielākās SEG emisijas atkritumu saimniecības sektorā rodas tieši no sadzīves atkritumu apglabāšanas izgāztuvēs un arī pēdējo 10 gadu laikā ierīkotajos cieto sadzīves atkritumu poligonos. Latvijā atkritumu nozares radītais apjoms 2010. gadā sasniedza 5,5 % no kopējā tautsaimniecības nozarēs radītā SEG emisiju apjoma (12 098 Gg CO<sub>2</sub> ekvivalenta). Salīdzinoši Eiropas Savienības (ES) 27 dalībvalstīs atkritumu saimniecības sektora radītā ietekme uz vidi SEG emisiju īpatsvara ziņā 2009. gadā bija tikai 3,2 %. Tas pamatā skaidrojams ar metāna (CH<sub>4</sub>) un ogļskābās gāzes (CO<sub>2</sub>) rašanos, anaerobos apstākļos sadaloties atkritumu organiskajai masai (vairāk 22. lpp.). Kopējā atkritumu saimniecības SEG emisiju apjomā nav iekļautas emisijas, kuras rodas, atkritumus pārstrādājot jaunus izejmateriālos, kā papīrs, plastmasa, stikls un metāls.



## ATKRITUMU JOMU REGULĒJOŠIE NORMATĪVIE AKTI

Atkritumu apsaimniekošanu regulē vairāki valsts mēroga plānošanas dokumenti un normatīvie akti, piem., 2010. gada 28. oktobra Atkritumu apsaimniekošanas likums, Ministru kabineta (MK) 2013. gada 25. jūnija Noteikumi Nr. 337 "Par atkritumu apsaimniekošanas reģioniem", MK 2013. gada 21. marta Noteikumi Nr. 100 "Par Atkritumu apsaimniekošanas valsts plānu 2013.–2020. gadam" (izvērstu normatīvo aktu sarakstu sk. 3. pielikumā).

Atkritumu apsaimniekošanas likums detalizēti nosaka katras puses pienākumus atkritumu apsaimniekošanā, piem., to, ka:

- pašvaldības ir tiešās atkritumu apsaimniekošanas organizētājas savās administratīvajās teritorijās (tās var izstrādāt savus atkritumu apsaimniekošanas plānus);
- Valsts vides dienests izsniedz atļaujas tiem uzņēmumiem, kas vēlas nodarboties ar atkritumu savākšanu, pārvadāšanu un/vai pārstrādi, ja tie var pierādīt, ka tiks ievēroti likumā "Par piesārņojumu" un citos likumos noteiktās prasības.

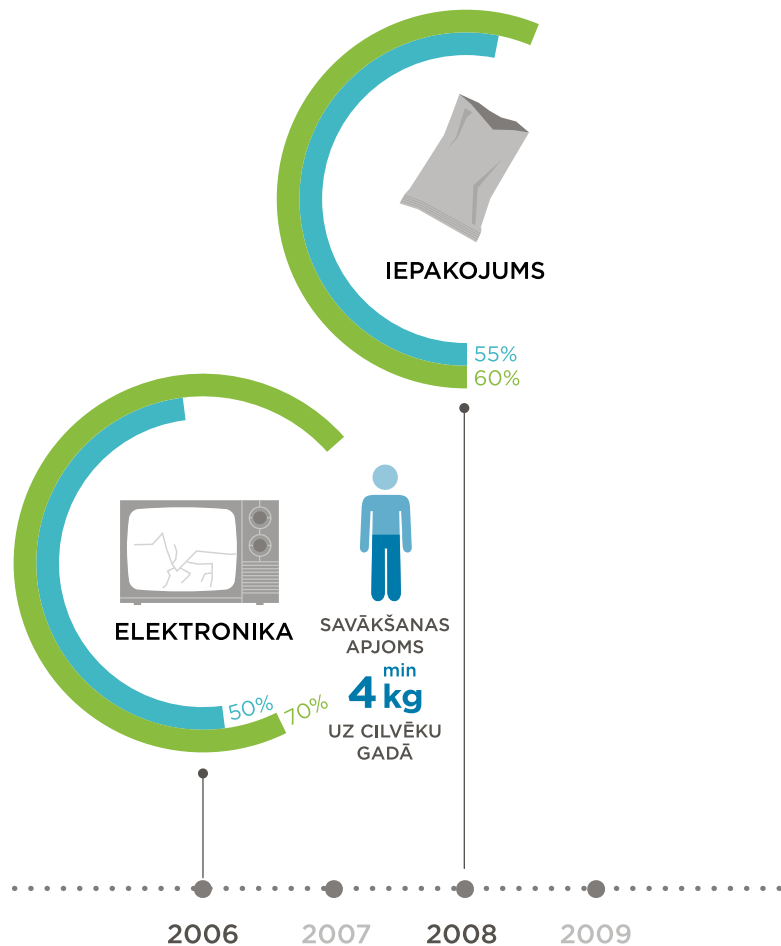


2028 2029 2030 2031 2032

Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģija "Latvija 2030" paredz piesārņojuma un atkritumu plūsmu samazināšanu un dabas resursu ilgtspējīgu apsaimniekošanu un nosaka, ka 2030. gadā jāpārstrādā vismaz 80% no savāktajiem atkritumiem.

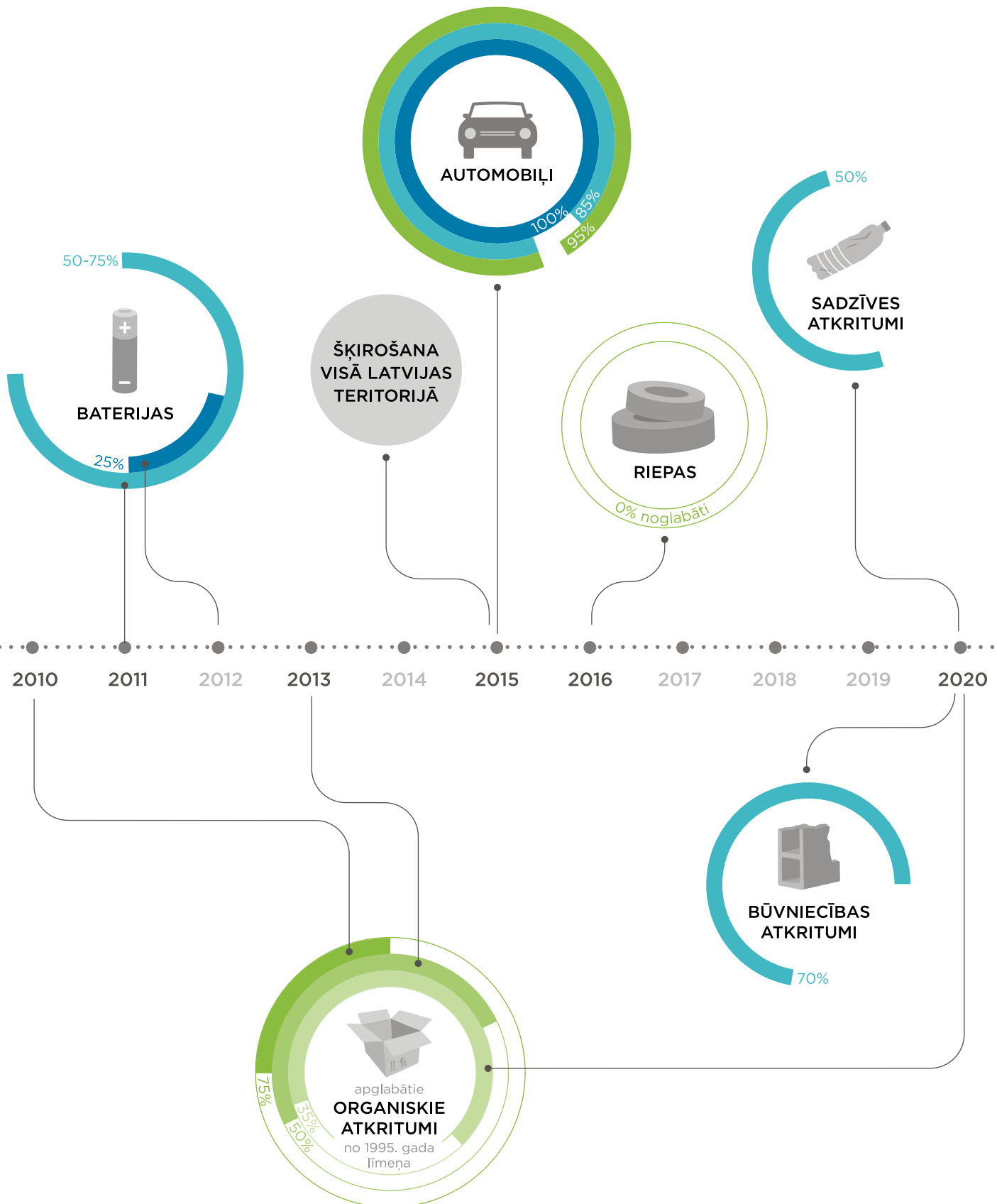
Valsts normatīvo aktu prasības lielā mērā izriet no ES regulu un direktīvu prasībām (izvērstu normatīvo aktu sarakstu sk. 3. pielikumā). Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvā 2008/98/EK par atkritumiem definēti pamatjēdzieni un noteiktas galvenās prasības atkritumu šķirošanai un pārstrādei (tai skaitā termiņi, kuros dalībvalstīm tās ir jāievieš):

- dalītas atkritumu savākšanas sistēmas papīram, stiklam, metālam, plastmasai;



- atkritumu pārstrāde, kas kopā ar citiem apsaimniekošanas veidiem nodrošina papīra, stikla, metāla, plastmasas otrreizējo pārstrādi vismaz 50% no šiem atkritumiem;
- kā arī citi nosacījumi – par **sabiedrības līdzdalību** un kontroles mehānismiem.

Direktīva 1999/31/EK par atkritumu poligoniem nosaka stingras prasības bioloģiski noārdāmo sadzīves atkritumu apjoma samazināšanai poligonos. Šī direktīva izvirza mērķi ES dalībvalstīm līdz 2016. gadam pakāpeniski samazināt poligonos apglabāto bioloģiski noārdāmo atkritumu daudzumu līdz 35% no 1995. gadā apglabātā daudzuma, taču Latvijai ir dota atkāpe šī mērķa sasniegšanā līdz 2020. gadam. Lai nodrošinātu šī uzdevuma izpildi, ir jāsamazina apglabājama bioloģiski noārdāmo atkritumu apjoms un jāievieš bioloģiski noārdāmo atkritumu šķirošana to rašanās vietās un tie jānovirza no atkritumu apglabāšanas plūsmas, izvēloties, piem., atkritumu kompostēšanu.



- Min. atgūts
- Min. otrreizējā pārstrāde
- Savākšanas apjoms

## Nacionālie atkritumu apsaimniekošanas politikas mērķi

# SADZĪVES ATKRITUMU APSAIMNIEKOŠANA

Sadzīves atkritumu apsaimniekošanā būtiski ir ievērot atkritumu apsaimniekošanas hierarhiju, kas ietver vairākus ar normatīvajiem aktiem prioritārā secībā noteiktus tehnoloģiskos procesus:

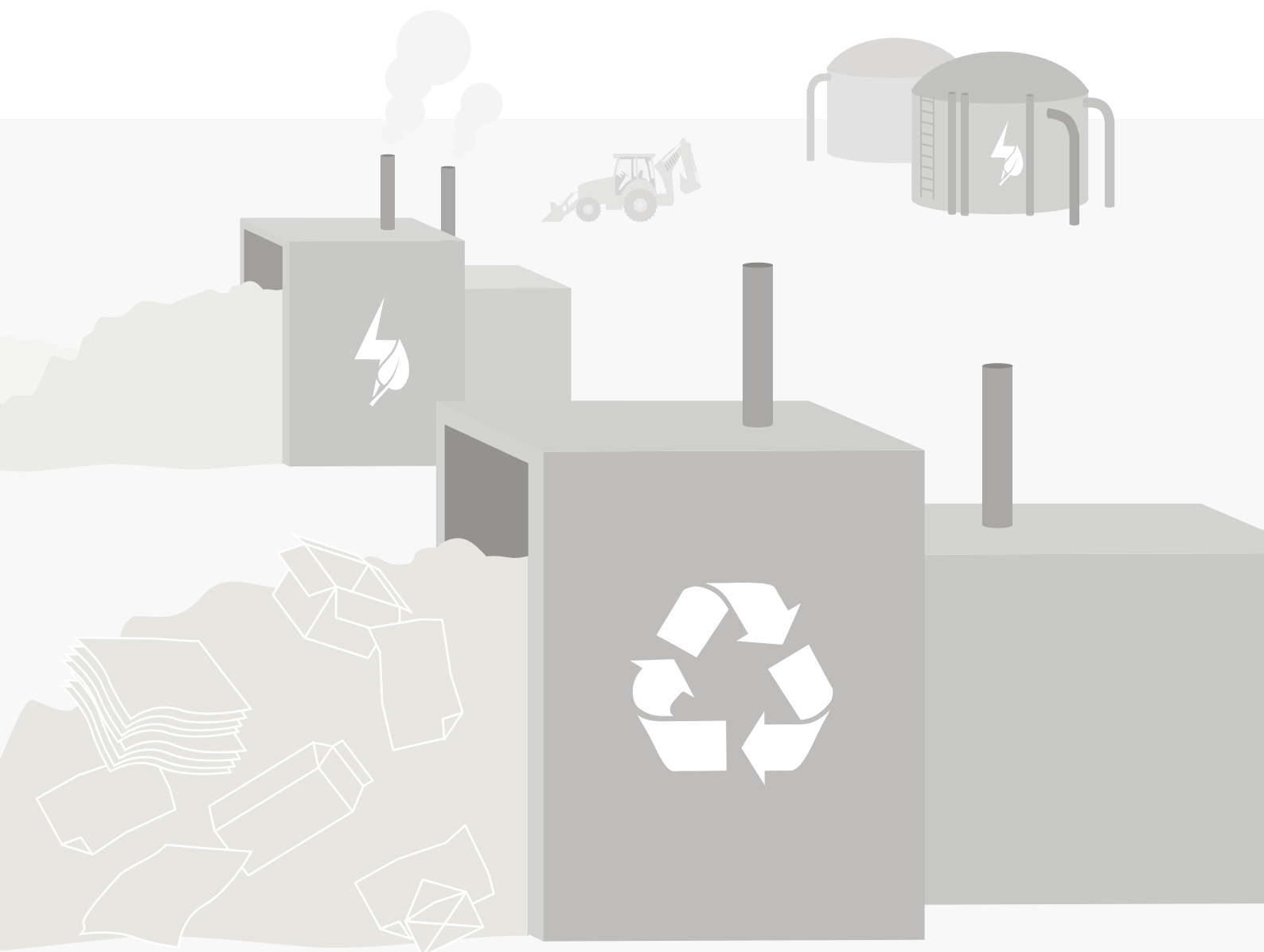


Atkritumu apsaimniekošanā ietilpst vairākas savstarpēji saistītas darbības – atkritumu samazināšana, šķirošana, savākšana, transportēšana, pārstrāde, reģenerācija un apglabāšana atkritumu poligonos, kā arī sadedzināšana rūpnīcās. Neviens no šiem posmiem nedrīkst izraisīt draudus cilvēka veselībai, un tiem ir jābūt gan efektīvi organizētiem, gan videi draudzīgiem. Turklāt preventīvi ir jānovērš jebkuru tādu slimību izplatīšanās, kas varētu rasties no neatbilstošas atkritumu apsaimniekošanas.

Organizējot atkritumu apsaimniekošanu, ieteicams ņemt vērā trīs principus:

- **piesārņotājs maksā** – atkritumu radītājs maksā par savu atkritumu apsaimniekošanu;
- **tuvums**, tas nozīmē, ka atkritumu pārstrāde jāveic pēc iespējas tuvāk to rašanās vietai;
- **pašpietiekamības princips** – reģions (nācija) apzinās atbildību par atkritumu daudzumu, ko rada, un savai teritorijai izvēlas optimālākās atkritumu pārstrādes tehnoloģijas.

Izvēloties atkritumu pārstrādes tehnoloģiju, jāņem vērā kopējās izmaksas, t. i., sākotnējās investīcijas, ekspluatācijas izmaksas, ekspluatācijas pārtraukuma izmaksas, demontāžas un utilizācijas izmaksas, kā arī pēcekspluatācijas monitoringa izmaksas, attiecībā pret infrastruktūras objekta ietekmi uz vidi. Ir arī citi faktori, kā politiskās, vadības un institucionālās struktūras, atkritumu apsaimniekošanas pakalpojuma prasības, ekonomiskie un finansiālie faktori, normatīvie akti un sociālie apsvērumi, kas ietekmē atkritumu apsaimniekošanas modeļa izvēli konkrētā teritorijā (detalizētu uzskaitījumu ar faktoriem, kas ietekmē atkritumu apsaimniekošanas modeļa izvēli, sk. 1. pielikumā).



# Atkritumu samazināšana

Radīto atkritumu apjoma samazināšana uzņēmējdarbībā un mājsaimniecībās, ražojot ilgmūžīgus produktus, labojot un atkārtoti izmantojot preces, ir pirmā prioritāte atkritumu apsaimniekošanas hierarhijā.

Atkritumu apjoma samazināšana kā prioritāra rīcība ir noteikta valsts stratēģiskajos dokumentos. Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas (VARAM) izstrādātā “Atkritumu apsaimniekošanas valsts plāna 2013.–2020. gadam” mērķis ir “novērst atkritumu rašanos, palielinoties ekonomiskajai izaugsmei, un nodrošināt kopējā radīto atkritumu daudzuma ievērojamu samazināšanu, maksimāli izmantojot visas labākās pieejamās atkritumu rašanās novēršanas iespējas un labākos pieejamos tehniskos paņēmienus, palielinot resursu izmantošanas efektivitāti un veicinot ilgtspējīgāka patērētāju uzvedības modeļa attīstību”.

Latvijā valdība galveno uzmanību līdz šim ir pievērsusi atkritumu apsaimniekošanas sistēmas centralizētai izveidei, ieviešanai un atkritumu apglabāšanas sistēmas pilnveidošanai – mazo un nelegālo atkritumu izgāztuvju slēgšanai un jaunu atkritumu poligonu celtniecībai. Pamazām pašvaldībās attīstās dalītas atkritumu savākšanas sistēma. Taču vēl joprojām maz tiek darīts radīto atkritumu apjoma samazināšanā. Diemžēl bieži vien atkritumu apglabāšanas un pārstrādes stratēģijas konkurē ar atkritumu samazināšanas pieeju. Tā, piem., veidojot biošūnas pie atkritumu poligoniem, tiek mazināti stimuli bioloģisko atkritumu apjoma samazināšanai, jo poligoni būs ieinteresēti pēc iespējas lielākus bioloģiski noārdāmo atkritumu apjomus pārstrādāt biogāzē. Līdzīgi arī atkritumu pārstrādes rūpniecība ir ieinteresēta pēc iespējas lielākos pārstrādes apjomos, lai rūpnīcas darbinātu maksimālā noslodzē.

## ITĀLIJAS PIEMĒRS

Kapanori ir pirmā pašvaldība Itālijā, kas izstrādājusi bezatkritumu stratēģiju, kura paredz līdz 2020. gadam būtiski samazināt radīto atkritumu apjomu un to ietekmi uz vidi. Šai stratēģijai ir trīs galvenie stūrakmeņi:



**atkritumu samazināšana** — kompostēšana, zaļais iepirkums, atteikšanās no pudeļu ūdens un krāna ūdens popularizēšana, piena un mazgāšanas līdzekļu pildīšana atkārtoti lietojamos traukos, pilsētas svētki bez vienreizlietojamiem plastmasas traukiem, atkārtoti lietojamo un kompostējamo autiņbiksīšu popularizēšana;



**atkārtota lietošana** ietver pasākumus, lai radītu preču apmaiņas tirgu;



**atkritumu otrreizējā pārstrāde** paredz ieviest atkritumu šķirošanas konteinerus visā pašvaldības teritorijā.

**2004.-2005. gadā** pašvaldība sadarbībā ar vietējām brīvprātīgo organizācijām uzsāka plašu informatīvo kampaņu, lai veicinātu atkritumu otrreizēju pārstrādi. Tajā laikā tikai **37% no radītajiem atkritumiem tika otrreizēji pārstrādāti**. Taču **2010. gadā** šis rādītājs jau bija **80%**. Līdz 2010. gadam dalītās atkritumu savākšanas sistēma bija ieviesta visā Kapanori. No **2005. līdz 2010. gadam par 21% bija samazinājies** kopējais mājsaimniecību radītais sadzīves atkritumu apjoms. **Nešķirotu atkritumu apjoms** šajā laika posmā tika samazināts no **340 uz 150 kg uz vienu cilvēku**. Kopumā jaunā atkritumu apsaimniekošanas politika pašvaldībai dod aptuveni **2 miljonus EUR ietaupījumu gadā** (atkritumu apsaimniekošanas nodokļu ietaupījumi un papildu ieņēmumi no otrreizēji pārstrādājamo atkritumu realizācijas).



Lai pievērstu lielāku uzmanību nepieciešamībai samazināt radīto atkritumu apjomu, pasaulē jau samērā ilgu laiku darbojas kustība ar devīzi “bez atkritumiem” (angļu valodā: *Zero waste*). Tā rosina pārskatīt un uzlabot preču ražošanas un izplatīšanas sistēmas, kā arī izvērtēt ikdienas patēriņu, lai mazinātu radīto atkritumu daudzumu, to bīstamību un izmantotu atkritumus atkārtoti kā resursus.

Atkritumu samazināšana dažkārt tiek uztverta kā šķērslis ekonomiskajai izaugsmei, jo tā apstrīd patērētāju sabiedrības vērtības. Taču ir virkne pasākumu, kurus var veikt ikviens bez būtiskām izmaiņām patēriņa paradumos un ekonomikā (padomus atkritumu samazināšanai mājsaimniecībās un uzņēmumos sk. bezatkritumu pieejas īstenošanas nosacījumu hierarhijā).

## Nosakiet optimālāko atkritumu pārstrādes veidu un izvairieties no atkritumu resursu izšķērdēšanas:

- izvairieties no materiāliem vai produktiem, kuri ir toksiski un kurus nevar droši lietot atkārtoti, pārstrādāt vai kompostēt;
- iegūstiet enerģiju/biogāzi, lietojot tādas sistēmas, kas neprasa papildu enerģijas avotus (piem., biodižela iegūšana no izlietotas augu eļļas vai etanola ražošana no attīrīšanas iekārtu dūnām, kūstmēsliem un pārtikas atkritumiem);
- atkritumu apglabāšana poligonos ir pēdējais solis atkritumu apsaimniekošanā!

## Pārstrādājiet izmestos atkritumus lokāli, droši un efektīvi:

- veiciniet to, lai komercuzņēmumu agrākā pārtika, kas vairs nav realizējama, bet vēl ir derīga, vispirms tiek atdota izsalkušajiem, mājsaimniecībās – atdota loļojumdzīvnieku uzturam, bet pārējo kompostējiet vai reģenerējiet (jāņem vērā, ka pārtikas atkritumu tālāku izmantošanu regulē normatīvie akti; konsultējieties ar Pārtikas un veterināro dienestu);
- veiciniet pārtikas atkritumu kompostēšanu to rašanās vietā – mājsaimniecībās, sagatavojot kompostu ar atklāta lauka tehnoloģijām, bet pārtikas pārstrādes uzņēmumos, izmantojot slēgtos reaktorus vai nododot tos atkritumu apsaimniekotājam.

## Lietojiet atkārtoti

(saglabājot vērtību un funkciju):

- izmantojiet lietas atkārtoti un/vai izmantojiet tās citiem mērķiem – piešķiriet tām “otro elpu”;
- labojiet un atjaunojiet lietas, lai saglabātu to vērtību un lietojamību;
- veidojiet jaunas lietas no lietu detaļām;
- izjauciet lietas, lai iegūtu daļas, ar kurām labot un uzturēt lietas labā lietošanas stāvoklī;
- veiciniet tirgošanos vai maiņu ar otru reiz izmantojamām lietām – “blusu tirgi”, apģērbu apmaiņa, ziedojumu veikali utt.;
- atdodiet mēbeles, apģērbus un elektropreces, ja jums tie vairs nav nepieciešami, bet vēl var kalpot un noderēt citiem. Pirms izmetat ārā kādu lietu, pārliecinieties, ka tā nevienam citam nav vajadzīga. Ievietojiet sludinājumu, piem., sociālā tīkla Facebook grupas “Atbrīvojies no lietām” lapā, un atrodiet jaunu saimnieku lietai, ko vēlaties izmest;
- stimulējiet patērētājus ņemt līdzi savu iepakojumu un iepirkuma maisiņus.

## Ražojiet preces, kas ir ilgtspējīgas un paredzētas atpakaļpieņemšanai:

- ražojiet preces, izmantojot pārstrādātus materiālus vai tādus materiālus, kuri iegūti ar ilgtspējīgām ieguves metodēm, vai no atjaunojamiem resursiem (precēm ir ilgi jākalpo, jābūt labojamām, vēlreiz lietojamām, viegli izjaucamām un pilnībā pārstrādājamām);
- produktu marķējumam ir jābūt tādām, lai viegli identificētu ražotāju un izejmateriālus;
- samaziniet ražošanā izmantoto materiālu apjomu un to toksiskumu;
- veiciniet produktu nomu;
- nodrošiniet preču savākšanu, kad tās ir nolietotas, un sekmējiet to pārstrādi.



# Bezatkritumu pieejas Īstenošanas nosacījumu hierarhija

Pielāgots pēc ZW-Hierarchy.pdf,  
[www.zerowasteurope.eu](http://www.zerowasteurope.eu)

## Samaziniet un taupiet resursus:

- atsakieties no produktiem un iepakojuma, kuriem ir īss kalpošanas laiks (piem., lietojiet dzeramo ūdeni no krāna, un tas ļaus samazināt izmesto plastmasas pudeļu skaitu);
- izvairieties no produktiem, kuri bioloģiski nenoārdās vai nav pārstrādājami;
- iedrošīniet ražotājus piedāvāt produktus un produktu iepakojumus, kas samazina atkritumu daudzumu un to radītās emisijas;
- atsakieties no drukātajām reklāmas lapām pastkastītē;
- izveidojiet sistēmas, kas liek ražotājiem pieņemt atpakaļ savus produktus (piem., baterijas, akumulatorus, elektroiekārtas un elektropreces) un iepakojumu (stikls, kartons, plastmasa, skārda bundžas).

1

## Centieties izvairīties no bīstamu vielu lietošanas, aizstājot tās ar mazāk toksisku vai netoksisku vielu alternatīvām, lai produkts būtu pārstrādājams.

2

## Mainiet produktu dizainu –

noskaidrojiet, kā var pārstrādāt un utilizēt jūsu saražoto produktu, mainiet materiālus, kuri ierobežo produkta pārstrādi, izmantojiet tehnoloģijas, kas samazina atkritumu rašanos ražošanas procesā.

3

## Samaziniet patēriņu un iepakojumu:

- nepērciet lietas, kas jums nav vajadzīgas;
- nepērciet pārtiku vairāk kā varat apēst;
- pērciet precī, nevis iepakojumu;
- izvairieties no vienreizlietojamo trauku lietošanas;
- plānojiet iepirkumus, lai neiegādātos neko lieku;
- iepērcoties, lietojiet savus iepirkumu maisiņus;
- iepērcieties tirgū, kur produktus iesver līdzpaņemtajā iepakojumā;
- aizņemieties vai iznomājiet lietas, kuras nelietojat ikdienā, piem., elektroinstrumentus.

4

5

## Iedrošīniet resursus izmantot atkārtoti un ieviesiet stimulus atkritumu neradīšanai:

- izmantojiet valsts finansējuma avotus, lai atbalstītu uz resursu atkārtotu izmantošanu balstītu ekonomiku, kas veicinātu dabas resursu saudzīgu izmantošanu;
- ieviesiet ilgtspējīgas iepirkšanās praksi (piem., zaļais iepirkums) valsts un uzņēmējdarbības sektorā, kas atbalsta sociālos un vides aizsardzības mērķus;
- nodrošīniet stimulus resursu atkārtotai izmantošanai, minot faktoros, kas nemotivē atkritumus izmest (politika, fondi izpētei, normatīvie akti utt.);
- ieviesiet sistēmas, kuras veicina vietējo kopienu un ekonomiku veidošanos un attīstību.

NVO var būt būtiska loma atkritumu samazināšanas veicināšanā un bezatkritumu sabiedrības veidošanā. Tās var aktīvi iesaistīties, ne tikai informējot par iespējām, bet arī piedāvājot un popularizējot alternatīvus rīcības modeļus un labās prakses piemērus atkritumu

daudzuma samazināšanā. Taču ne visi cilvēki, iestādes un uzņēmumi ir gatavi mainīt savus uzvedības paradumus, tāpēc stingrāks normatīvais regulējums un ekonomiski instrumenti var izrādīties labs palīgīdzeklis bezatkritumu sabiedrības veidošanā.

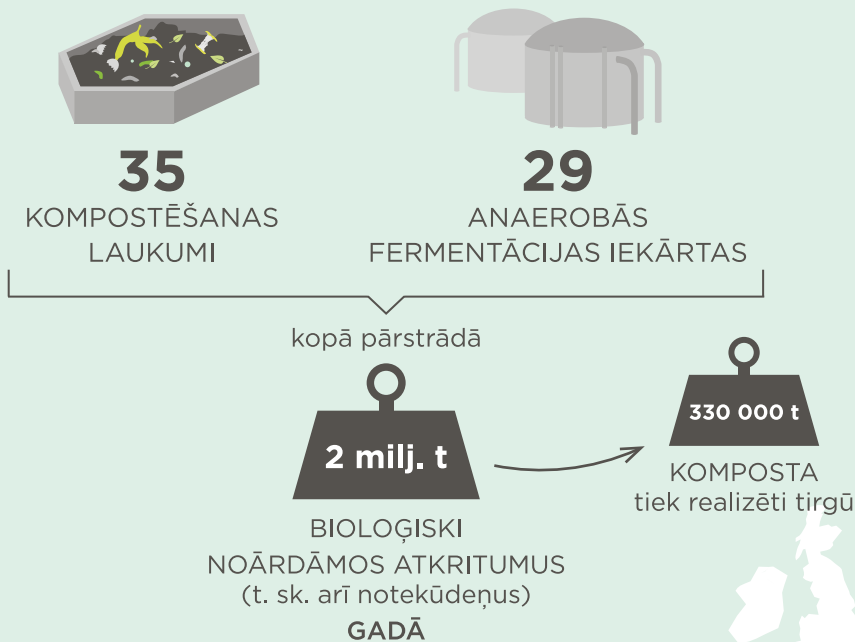
## FLANDRIJAS PIEMĒRS



Flandrija ir viens no retajiem reģioniem ES, kur izdevies apturēt radīto atkritumu apjoma pieaugumu, kas kopš 2000. gada turpina pamazām samazināties. Pašlaik  $\frac{3}{4}$  **radīto sadzīves atkritumu tiek pārstrādāti, lietoti atkārtoti vai kompostēti.**

Valdība ir ieviesusi ierobežojumus atkritumu apglabāšanai un sadedzināšanai, aizliedzot apglabāt nešķirotus atkritumus, otrreizējai pārstrādei derīgus un sadedzināmus atkritumus, kā arī medicīnas atkritumus. Aizliegts arī sadedzināt otrreizēji pārstrādājamus atkritumus un nešķirotus atkritumus. Ieviestas arī paaugstinātas nodokļu likmes atkritumu apglabāšanai un sadedzināšanai.

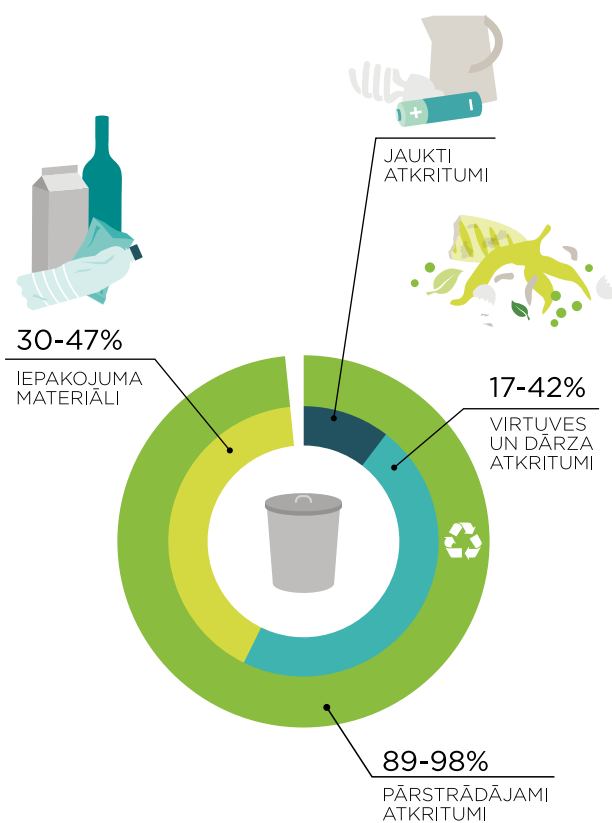
### FLANDRIJĀ DARBOJAS



Kompostēšanā iesaistās arī mājsaimniecības — **aptuveni 2 miljoni cilvēku Flandrijā veido kompostu savās mājās.** Par bioloģiski noārdāmo atkritumu savākšanu mājsaimniecībai gadā ir jāmaksā 40 EUR, taču tiek veikti arī izglītojoši pasākumi, skaidrojot kompostēšanas nepieciešamību un to, kā to darīt pareizi. Šādas apmācības ir izgājuši vairāki tūkstoši cilvēku.

# 3

## Dalīta atkritumu savākšana, kompostēšana, pārstrāde un reģenerācija



Mājsaimniecību atkritumu sastāvā lielākā daļa (89–98%) ir pārstrādājami atkritumi, no tiem 17–42% ir virtuves un dārza atkritumi, 30–47% ir iepakojuma materiāli, bet pārējo apjomu veido jaukti papīra, plastmasas, stikla vai metāla atkritumi. Tāpēc atkritumu apsaimniekošanā pēc iespējas jācenšas mazināt pārstrādājamo un kompostējamo atkritumu apglabāšanu poligonos.

Atkritumu pārstrādei un otrreizējai izmantošanai derīgi ir tikai kvalitatīvi sagatavoti materiāli. Jebkāda nešķirotu atkritumu apstrāde nav tik efektīva un ir dārga, jo īpaši, ja atkritumu sastāvā ir bioloģiskie atkritumi, kas sadaloties bojā citus atkritumus, ierobežo vai pat izslēdz atkritumu turpmāku pārstrādi vai reģenerāciju.

Atkritumu apsaimniekošanas likuma 8. pants paredz vietējās pašvaldības kompetenci. Pašvaldība nosaka, kuri atkritumi ir jāsavāc dalīti (brīvprātīgi un/vai obligāti), kuri jaukti, kā arī to, kādas atkritumu savākšanas metodes izmantot. Atkritumu izvešanas biežums atkarīgs no sanitārajiem apstākļiem, taču minimālo apjomu un izvešanas biežumu var noteikt arī pašvaldība.

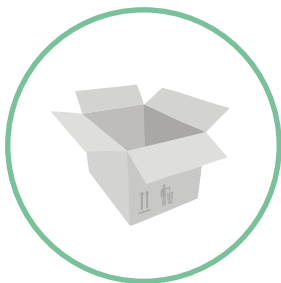
Pašvaldībās pārsvarā tiek izmantotas divas atkritumu savākšanas sistēmas:

- **atkritumu savākšana no nekustamā īpašuma** (angļu valodā: *kerbside*), kad atkritumu savākšanu nodrošina atkritumu apsaimniekotājs – no konteineriem pie mājām vai ielu malās;
- **atkritumu savākšana punktā vai laukumā** (angļu valodā: *bring system* vai *drop-off*), kad atkritumu radītājs pats nogādā atkritumus uz šķirotu atkritumu laukumu vai punktu.



Visizplatītākais veids, kā tiek organizēta dalīta atkritumu savākšana no iedzīvotājiem Latvijā, ir atsevišķi atkritumu šķirošanas punkti ar konteineriem trijās krāsās (zilie konteineri – papīram un kartonam; dzeltenie – PET pudelēm, plastmasai; zaļie – stiklam) vai atkritumu šķirošanas laukumi, kuros bez maksas var nodot minētos un citus sašķirotus atkritumus. Atkritumu apsaimniekotāji, vienojoties ar pašvaldību, paredz, kādus atkritumu veidus aizliegts bērt sadzīves atkritumu konteineros, piem., bīstamos atkritumus, zaļos dārza atkritumus vai būvniecības atkritumus. Pagaidām iedzīvotāji vēl nav īpaši motivēti ar sašķirotiem atkritumiem doties uz atkritumu šķirošanas punktiem vai laukumiem.

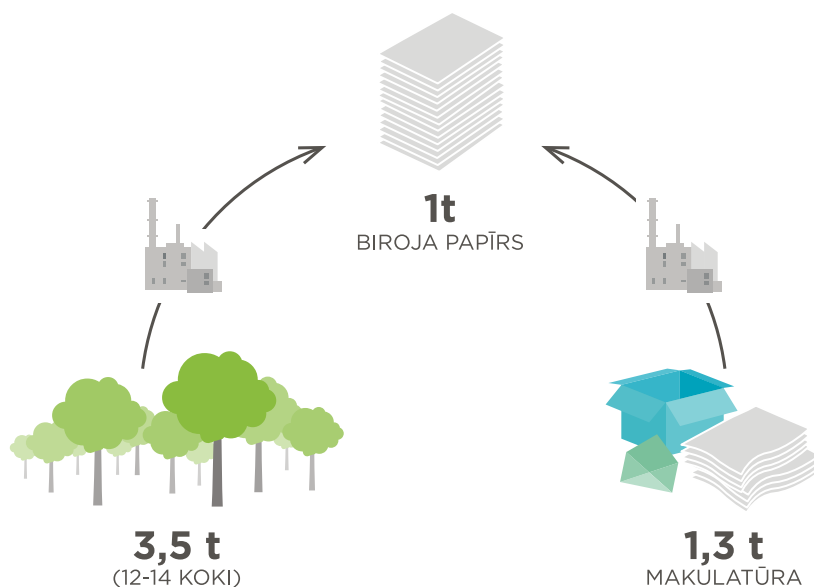
Lai arī no 2015. gada visā Latvijas teritorijā jābūt nodrošinātai dalītai atkritumu savākšanai, lielākajā daļā pašvaldību dalīta atkritumu savākšana no privātmājām notiek reti, jo tā ir ievērojami dārgāka, lai gan savākto atkritumu kvalitāte ir augstāka. Viens no risinājumiem, ko izmanto atkritumu saimniecības praksē privātmāju apkalpošanā, ir divu konteineru sistēma, kurā vienā konteinerā tiek savākti sausi pārstrādājami atkritumi (izņemot stiklu) un otrā – smagie atkritumi, t. i., virtuves, inertie (vairāk 21. lpp.) un citi atkritumi. Šajā gadījumā stikla atkritumus nodod šķirotu atkritumu punktos vai depozīta sistēmā. Kopā savāktie pārstrādājami atkritumi pēc tam tiek sašķiroti uz šķirošanas līnijas, savukārt atliku atkritumiem tiek veikta priekšapstrāde un nodrošināta apglabāšana atkritumu poligonā.



PAPĪRS

Samērā lielu īpatsvaru kopējā atkritumu apjomā veido papīrs un kartons.

Lai sarāzotu 1 tonnu biroja papīra, nepieciešamas 3,5 tonnas koksnes, t. i., 12-14 koki. Savācot 1,3 tonnas makulatūras, var iegūt vienu tonnu biroja papīra, un tas ļauj samazināt apglabājamo atkritumu daudzumu poligonā apmēram par 4 m<sup>3</sup>.



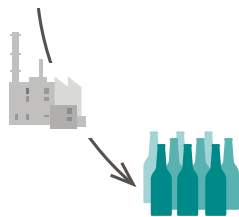
Iedzīvotājus vajadzētu informēt, ka pārstrādājamas ir ne tikai avīzes, biroja papīrs, kartons un grāmatas, bet arī citi produkti, kuru pamatā ir papīrs – glancēti reklāmas materiāli un žurnāli, aploksnes, sasmalcināti papīri u. c.



Stikla taru iespējams izmantot atkārtoti pat līdz 50 reizēm. Ieviešot depoziņa sistēmu, būtu iespējams atkārtoti izmantot pat līdz 90% stikla pudeļu (pudeles, kuras nav iespējams izmantot atkārtoti, ir jāpārstrādā). Logu stiklus nedrīkst ievietot stiklam paredzētajos atkritumu konteineros – tie jāved uz atkritumu šķirošanas laukumiem.



**250 kg**  
KALCINĒTĀ  
SODA



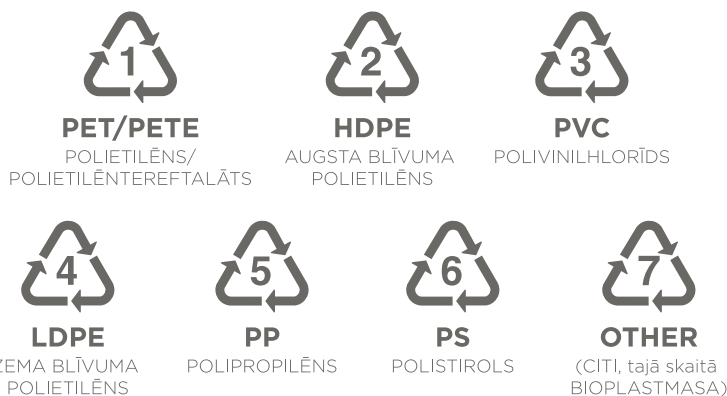
No izkausētā stikla atkal ražo stikla iepakojumu vai arī to var izmantot kā pildvielu polimēru materiālos, kā piedevu celtniecības materiālos vai asfalta ražošanā.

Stikla ražošana prasa daudz enerģijas, bet, izmantojot otrreiz pārstrādātu stiklu, stikla ražošanā nepieciešamās enerģijas patēriņu var samazināt par 30 %.



**STIKLS**

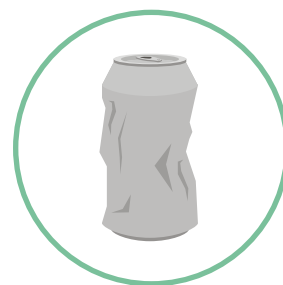
Plastmasas patēriņš kļūst aizvien lielāks, pateicoties tās unikālajām īpašībām – izturīga, viegla, ilgi kalpo, salīdzinoši lēta un viegli piemērojama dažādam izmantojumam. Ir daudz dažādu plastmasas veidu, tāpēc, lai nodrošinātu tās otrreizēju pārstrādi, uz produktu plastmasas detaļām jābūt norādītam, no kāda materiāla tā izgatavota. Sadzīvē visbiežāk izmantotie plastmasas veidi ir:



**PLASTMASA**

Plastmasa pamatā tiek ražota no neatjaunojamiem dabas resursiem, taču to ir iespējams otrreizēji pārstrādāt. Atgūtos materiālus, pārstrādātus granulās vai pārslās, var izmantot atkārtoti kā izejvielas jaunu produktu ražošanā. Taču jāņem vērā, ka pārstrādātais produkts bieži vien vairs nav tik augstvērtīgs.

Metāla atkritumu un lūžņu pārstrāde ir daudz izdevīgāka nekā metāla ražošana pilna metalurģiskā cikla ietvaros. Ražošanas un sadzīves metāllūžņu pārstrāde ļauj vairākkārtīgi saīsināt ražošanas ciklu un, izmantojot dažādus sakausējumus, iegūt nepieciešamā tipa tēraudu. Pasaulē vissekmīgāk attīstījusies alumīnija pārstrāde, kas galvenokārt skaidrojams ar alumīnija iepakojuma (metāla skārdenes, konteineri, kārbas, folija) īso kalpošanas laiku un izejmateriālu augsto cenu. Alumīnija ražošanai no otrreizējām izejvielām nepieciešams 23 reizes mazāk elektroenerģijas un 8 reizes mazāk kapitālieguldījumu, nekā ražojot no pirmējām izejvielām – boksītiem.



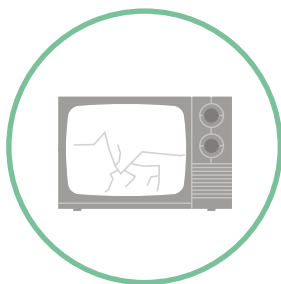
**METĀLS**



## BĪSTAMIE ATKRITUMI

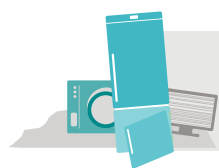
Atkritumi tiek klasificēti kā bīstami, ja tie rada negatīvu ietekmi uz vidi vai cilvēku veselību, piem., nonākot uz ādas vai gļotādas, izraisa kairinājumu, iekaisumu vai rada apdegumus. Atkritumi var būt veselībai kaitīgi arī tad, ja cilvēks tos nejauši ieelpo, apēd vai tie nonāk organismā caur ādu. Tie var radīt apdraudējumu, ja tos neatbilstoši uzglabā, pārstrādā vai ar tiem neatbilstoši rīkojas. Vielas un īpašības, kas padara atkritumus bīstamus, ir uzskaitītas MK noteikumos Nr. 302 "Noteikumi par atkritumu klasifikatoru un īpašībām, kuras padara atkritumus bīstamus".

Praksē bīstamos atkritumus visbiežāk veido ķīmiskas vielas, kā arī ražošanas atkritumi, kuru sastāvā ir šīs vielas, piem., šķīdinātāju atlikumi, emulsijas, halogēnus saturošas organiskas vielas, kas nav izmantotas par šķīdinātājiem. Normatīvajos aktos noteiktas stingras prasības bīstamo atkritumu apsaimniekošanai. Bīstamos atkritumus atļauts uzglabāt tikai izturīgā un drošā iepakojumā, uz kura ir jābūt etiķetei ar informāciju par atkritumu veidu, izcelsmi, esošo bīstamo vielu ķīmisko sastāvu, iepakojšanas datumu un iepakotāju. Pārvadājot bīstamos atkritumus, tie tiek iepakoti un attiecīgi marķēti, kā arī reģistrēti un uzskaitīti ar bīstamo atkritumu reģistrācijas karti. Latvijā bīstamos atkritumus apglabā bīstamo atkritumu poligonā "Zebrene" Dobeles novadā.



## ELEKTRISKIE UN ELEKTRONISKIE ATKRITUMI

Elektrisko un elektronisko iekārtu (EEI) atkritumi ir specifiski nozaru un mājsaimniecību atkritumi:



**LIELA IZMĒRA MĀJSAIMNIECĪBU IEKĀRTAS**  
ledusskapji, veļasmašīnas, elektriskās krāsnis,  
plītis, televizori, pļaujmašīnas u. c.



**MAZA IZMĒRA MĀJSAIMNIECĪBU IEKĀRTAS**  
mikseri, fēni, pulksteņi, rotaļlietas, instrumenti u. c.



**INFORMĀCIJAS TEHNOLOĢIJAS  
UN ELEKTROSAKARU IEKĀRTAS**  
datori, tālruņi u. c.



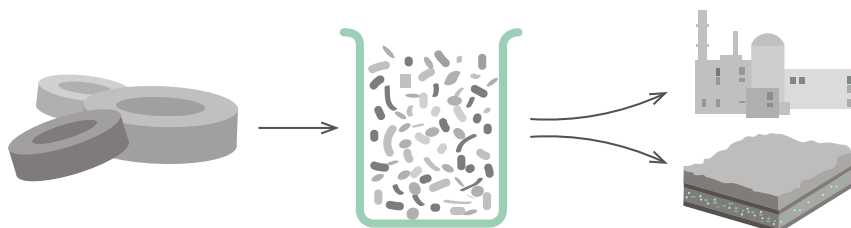
Ja EEI ir marķētas ar starptautisku simbolu – pārsvītrotu konteineru, tas norāda, ka šī prece jānodod specializētos savākšanas punktos un to nedrīkst izmest sadzīves atkritumos. EEI savākšanu nodrošina arī atkritumu apsaimniekotāji, kas šo pakalpojumu noteiktiem apjomiem piedāvā bez maksas, vai arī atkritumu radītājam tie ir pašam jānogādā uz savai dzīvesvietai tuvāko atkritumu šķirošanas laukumu.



## BATERIJAS, AKUMULATORI UN SPULDZES

Baterijas, akumulatori, kā arī luminiscentās dienasgaismas un fluorescentās spuldzes satur bīstamas vielas. Līdz ar to tos nedrīkst izmest sadzīves atkritumos – tie ir jāapsaimnieko atsevišķi. Uzņēmumi, kas tirgo baterijas, akumulatorus un spuldzes, saskaņā ar normatīvo aktu prasībām nodrošina to savākšanu bez maksas noteiktos atkritumu savākšanas punktos. Bieži vien izlietotās baterijas un spuldzes iespējams nodot arī to tirdzniecības vietās.

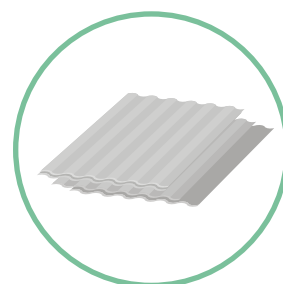
Nolietotos transportlīdzekļus atkritumu pārstrādātājs izjauc, atdala bīstamās vielas un detaļas (antifrīzi, smērēļļas, akumulatori), kā arī metāliskās un ne-metāliskās detaļas. Neizmantojamās pamatkonstrukcijas tiek sagrieztas un sasmalcinātas. Krāsainos metālus nodod tālākai materiālu atgūvei, bet organiskos materiālus sadedzina un iegūst siltumu.



### TRANSPORT- LĪDZEKĻI UN TO PIEDĒRUMI

Nolietotās autoriepas Latvijā tiek sasmalcinātas, un tās var izmantot kā kuri-nāmo materiālu cementa ražošanas rūpnīcā, kas ļauj aizstāt fosilos resursus. Taču iespējami arī efektīvāki riepu pārstrādes veidi, piem., sasmalcinātas sīkos gabaliņos, riepas var izmantot kā starpslāņu segumu atkritumu poligonos.

Agrāk azbestu plaši izmantoja būvniecībā tā ugunsdrošības, termo- un akus-tiskās izolācijas īpašību dēļ. Taču 20. gs. 70.–80. gados tika atklāts, ka azbes-ta šķiedras un putekļi, nonākot cilvēka organismā, novājina imūnsistēmu un var izraisīt nopietnas slimības. Saskaņā ar Latvijas normatīvajiem aktiem visi azbestu saturošie atkritumi ir droši jāsgatavo transportēšanai un jānogādā Brocēnu novada poligonā “Dūmiņi” (apmēram 2 km no Brocēniem), kur atrodas vienīgais azbestu saturošo atkritumu poligons Latvijā. Atsevišķos Latvijas rajon-os ir iespēja šādus atkritumus nodot aizvešanai uz poligonu “Dūmiņi”.



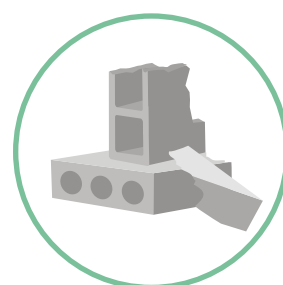
### AZBESTA ATKRITUMI UN TO APSAIMNIEKOŠANA

Medicīnas atkritumi rodas ārstniecībā un veselības aprūpē. Liela daļa šo atkri-tumu ir infekciozi, toksiski un pat bīstami videi un cilvēka veselībai, tāpēc šie atkritumi jāatdala to rašanās vietā. Medicīnas atkritumus pārsvārā sadedzina vai neitralizē speciālās iekārtās, dažkārt to veic arī pati medicīnas iestāde uz vietas. Atsevišķos gadījumos aptiekas piedāvā iedzīvotājiem iespēju bez mak-sas nodot medikamentus, kuriem beidzies lietošanas termiņš vai kuri vairs nav derīgi citu iemeslu dēļ.



### MEDICĪNAS ATKRITUMI

Inertie atkritumi lielākoties rodas būvniecībā. Ar inertajiem atkritumiem ne-notiek būtiskas fizikālas, ķīmiskas vai bioloģiskas pārmaiņas, tie needarbojas uz citām vielām vai materiāliem, ar kuriem nonāk saskarē. Inertie atkritumi nerada dzīvības draudus cilvēkam vai apkārtējai videi, taču, neatbilstoši ap-saimniekotī, šie atkritumi rada degradētu ainavu. Būvmateriāli, piem., betons, flīzes, ķieģeļi, dakstiņi, keramika, ir sadrupināmi un atkārtoti izmantojami celtniecībā vai autoceļu stiprināšanai.



### INERTIE ATKRITUMI



## BIOLOĢISKI NOĀRDĀMIE ATKRITUMI

Bioloģiski noārdāmie atkritumi ir dārzu vai parku atkritumi, mājsaimniecību, restorānu, sabiedriskās ēdināšanas iestāžu un mazumtirdzniecības telpu pārtikas un virtuves atkritumi un citi tiem pielīdzināmi pārtikas ražošanas atkritumi. To atdalīšana no kopējās atkritumu plūsmas ir ļoti nozīmīga, lai nodrošinātu atkritumu turpmāku pārstrādi. Bioloģiski noārdāmo atkritumu pārstrādes tehnoloģiju nosaka atkritumu sastāvs un mitrums, attiecīgi izšķir divus atkritumu pārstrādes veidus:

- **aerobās** pārstrādes metodes izmanto atkritumiem ar nelielu mitruma saturu – kompostēšana, izmantojot atklāta lauka kompostēšanas tehnoloģijas, kompostēšana bioreaktorā un vermikompostēšana (izmantojot speciāli audzētas slietas);
- **anaerobās** fermentācijas metodes (biogazifikācija) izmanto atkritumiem ar lielu mitruma saturu.



Kompostēšana ir senākā bioloģisko atkritumu pārstrādes metode, un tā vēl aizvien tiek izvēlēta kā videi visdraudzīgākā. Taču kompostēšana nav piemērota ļoti slapjiem organiskajiem atkritumiem. Atkarībā no radītā organisko atkritumu daudzuma sadzīves virtuves un dārza atkritumu kompostēšanai var izmantot vairākas pieejas:

- **kompostēšana mājsaimniecībā** – kompostēšanu veic privātās mājsaimniecības teritorijā un iegūto kompostu izmanto pašu vajadzībām;
- **kolektīvā kompostēšana jeb kompostēšana kopienā** – bioloģiski noārdāmo atkritumu kompostēšanu veic neliela vietējo iedzīvotāju grupa, kas šādā veidā apsaimnieko savus un citu radītos organiskos atkritumus pēc iespējas tuvāk to radīšanas vietai;
- **kompostēšana zemnieku saimniecībā** – kompostēšanu veic zemnieks, kas iegūto kompostu izmanto savas saimniecības augsnes virskārtas uzlabošanai;
- **centralizēta kompostēšana** – kompostēšanu veic, izmantojot atklāta lauka tehnoloģijas, vējruddās vai stirpās, vai arī slēgtā reaktorā. Kompostu piedāvā tirdzniecībai.

Pārtikas un dārza atkritumu kompostēšana katrā mājsaimniecībā vai pašvaldībā un decentralizēti maza izmēra kompostēšanas laukumi veicina kompostēšanas atpazīstamību sabiedrībā, rada vietējās darbavietas un attīsta dažādas pārstrādes iespējas. Tās ļauj iedzīvotājiem arī samazināt atkarību no atkritumu apsaimniekošanas pakalpojuma un ar to saistītajām izmaksām. Īpaša loma šeit ir nevalstiskajām organizācijām un vietējām kopienām, kas var stiprināt šādu iniciatīvu popularitāti.



## LONDONAS PIEMĒRS

Vienā no centrālās Londonas mikrorajoniem, Īslingtonā, kur ir liela apdzīvotība un cilvēki pamatā dzīvo dzīvokļos, **pārtikas atkritumi veido 30% no kopējā sadzīves atkritumu apjoma**. Pašvaldības mērķis šajā rajonā ir **līdz 2020. gadam palielināt otrreiz pārstrādāto atkritumu apjomu no 30 uz 50%**.

2010.–2012. gadā Īslingtonā tika īstenoti divi projekti pārtikas atkritumu apjoma samazināšanai. Šo projektu ietvaros cilvēki tika apgādāti ar 120 un 240 litru organisko atkritumu bezmaksas konteineriem, 5 litru konteineriem un bioloģiski noārdāmiem maisiņiem atkritumu uzkrāšanai māsasaimniecībā.

Iedzīvotāji arī saņēma informāciju par organisko atkritumu dalītas savākšanas nepieciešamību, par to, ka šķirot ir vienkārši un ka konteineri tiks regulāri izvesti, kā arī par pārtikas atkritumu dalītas savākšanas vides ieguvumiem un to, kas notiek ar pārtikas atkritumiem, kad tie tiek savākti.

Kampaņā iesaistījās **19 tūkstoši māsasaimniecību**. Edmontonas kompostēšanas iekārtā, kur tiek pārstrādāti Īslingtonas organiskie atkritumi, iegūtais komposts tiek realizēts tirgū un arī izmantots Īslingtonas parku un dārzu labiekārtošanā.



30%  
PĀRTIKAS  
ATKRITUMI



Pasaulē popularitāti ieguvušas vairākas vienkāršas metodes pārtikas atkritumu kompostēšanai mājas apstākļos – **bokaši** (angļu valodā: *bokashi*) un **vermikomposts** (dārza un pārtikas atkritumus izmanto kā piedevu barības bāzei sliekām, kuras to pārstrādā augstvērtīgā humusā). Bokaši ir kompostēšanas metode, kurā pārtikas atkritumu kompostēšanai izmanto mikroorganismu, kliju un melases maisījumu, lai paātrinātu sadalīšanās procesu un samazinātu kompostēšanas procesā radīto nepatīkamo aromātu, tāpēc šī metode ir piemērota mājas apstākļiem. Turklāt bokaši kompostēšanu veic noslēgtā traukā, piem., spainī, tāpēc tā neprasa daudz vietas.

## ATKRITUMU APGLABĀŠANA POLIGONOS

Atkritumu apglabāšana atkritumu poligonos ir vienīgā atkritumu pārstrādes beigu tehnoloģija, kas ir piemērojama visiem atkritumu veidiem, ja vien nav noteikti īpaši aizliegumi atkritumu apglabāšanai. Atkritumu poligonu darbības mērķis ir ilgtermiņā uzglabāt sadzīves atkritumus videi un cilvēka veselībai nekaitīgā veidā. Daudzās valstīs, arī Latvijā, atkritumu apglabāšana ir izvēlēta kā galvenā beigu apstrādes metode, taču būtiskāk būtu samazināt apglabājamo atkritumu apjomu un veicināt atkritumu pārstrādi.

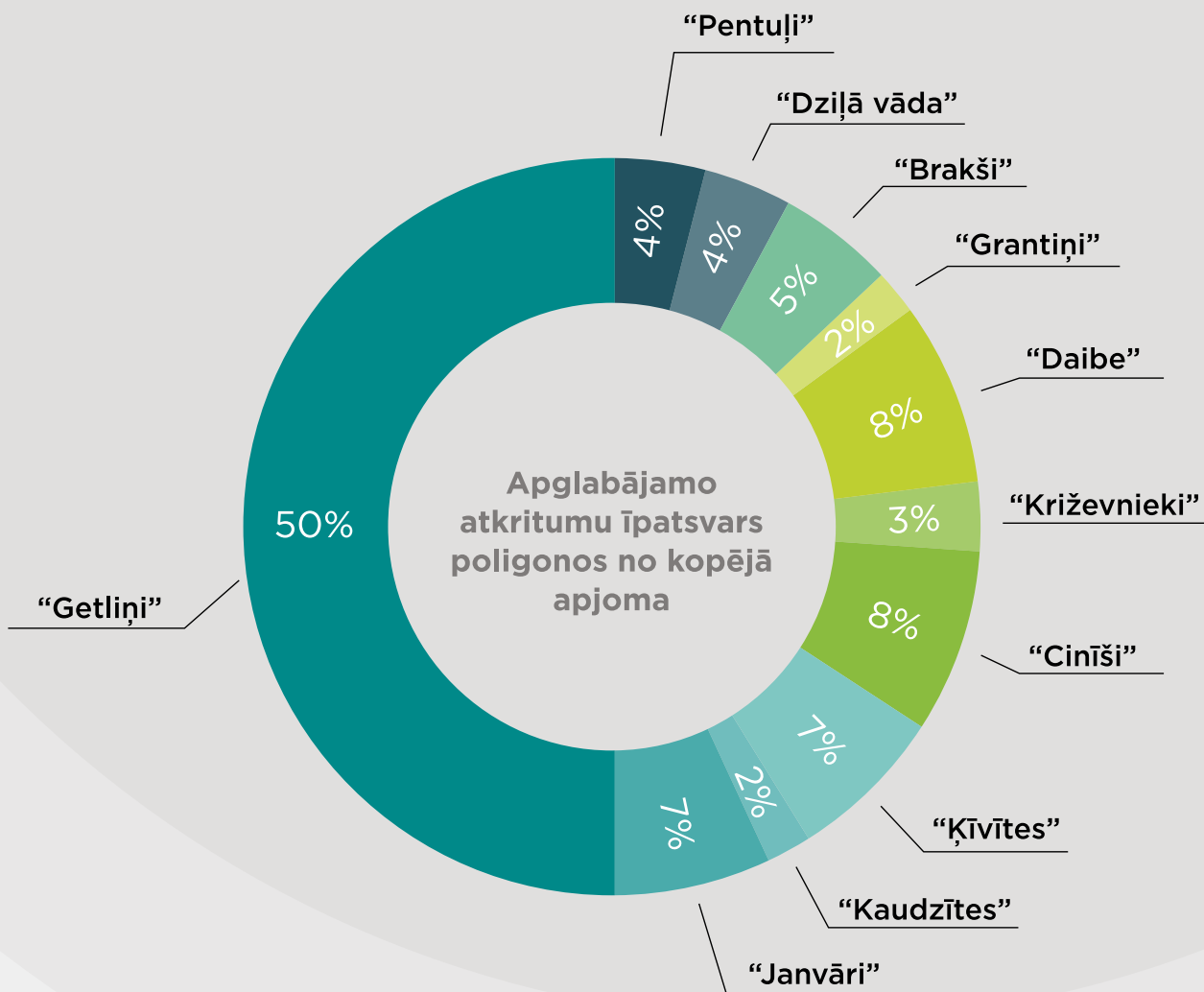
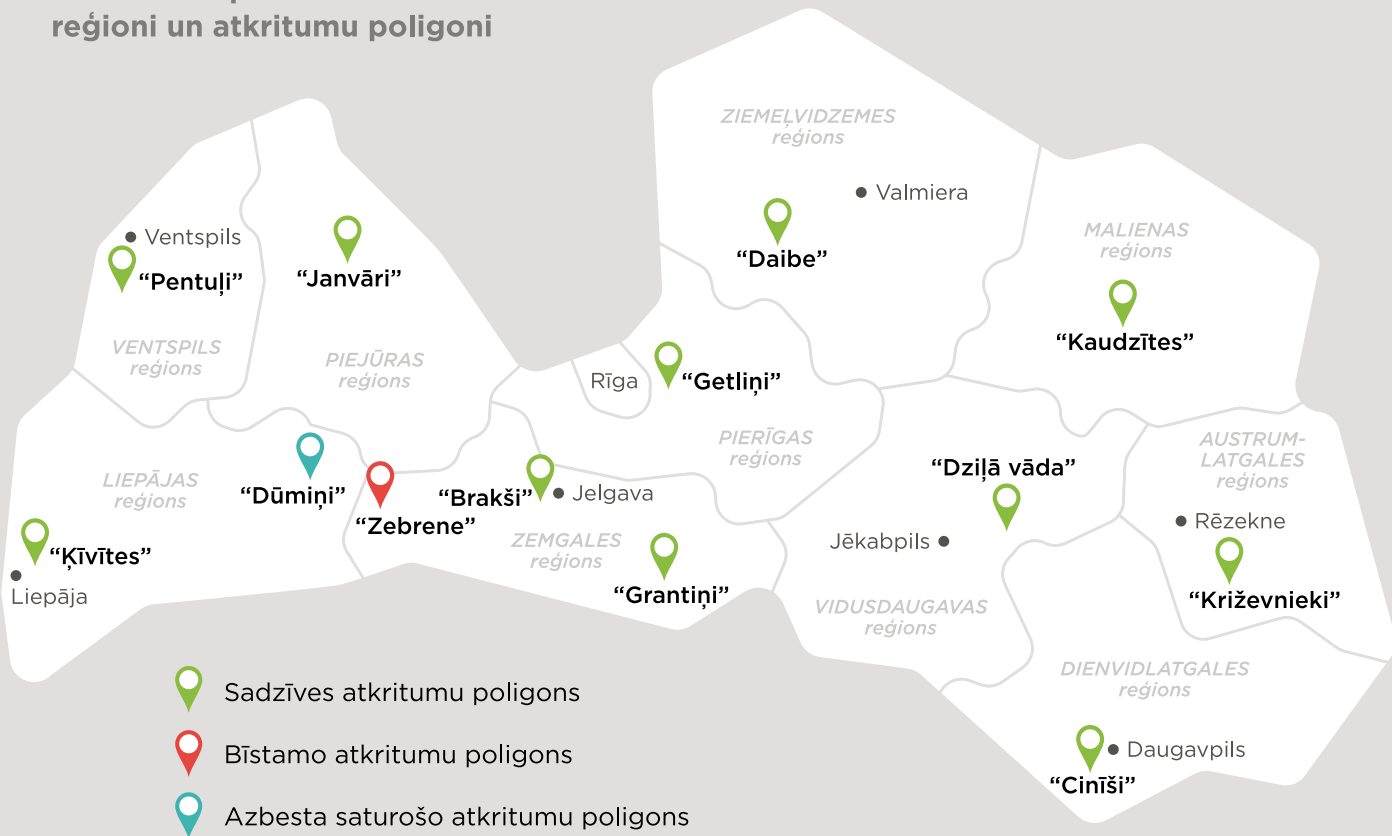
Latvijā izveidoti 10 atkritumu apsaimniekošanas reģioni: Ziemeļvidzemes, Ventspils, Liepājas, Pierīgas, Zemgales, Malienas, Dienvidlatgales, Austrumlatgales, Piejūras un Vidusdaugavas (sk. karti). Katrā no tiem ir viens sanitārajām prasībām atbilstošs sadzīves atkritumu poligons (izņemot Zemgales reģionu, kurā ir 2 nelieli sadzīves atkritumu poligoni). Tajos ir apglabājami visi reģionā nepārstrādātie atkritumi. Šajos poligonos ik gadu tiek apglabāti aptuveni 600 tūkstoši tonnu atkritumu. Vislielākais atkritumu poligons "Getliņi" ir Rīgas pilsētā un tās aglomerācijai, un tajā tiek apglabāta puse no Latvijas teritorijas nepārstrādātajiem atkritumiem.

Atkritumu poligonos tiek veikta regulāra augsnes un gruntsūdeņu, kā arī gaisa piesārņojuma kontrole un monitorings. Kontrole ir jāturpina arī pēc atkritumu poligonu slēgšanas (atkritumu poligona šūna var būt aktīva vairāk nekā 100 gadus). Taču jāatceras, ka vērtīgie resursi, kas nonākuši atkritumu poligonos, visdrīzāk, ir zuduši un vairs nekad netiks izmantoti.

## ATKRITUMU SADEDZINĀŠANAS RŪPNĪCAS

Papildus atkritumu apglabāšanas poligoniem Latvijā darbojas arī atkritumu sadedzināšanas iekārta (Brocēnu cementa rūpnīca "Cemex"), kur tiek sadedzināti atkritumi ar augstu siltumspēju, kuri atbilst no atkritumiem iegūtā kurināmā (NAIK) prasībām. Taču atkritumu sadedzināšana var radīt būtisku gaisa piesārņojumu, tāpēc daudzās valstīs tieši NVO iestājas pret šīs metodes izmantošanu atkritumu apsaimniekošanā, lai gan no atkritumu sanitārizācijas viedokļa tā ir efektīvāka nekā apglabāšana poligonos. Sadedzināšanas iekārtas un atkritumu poligoni parasti ir liela mēroga projekti, līdz ar to uzturēšanai ir nepieciešami lieli atkritumu apjomi, kas ir pretrunā ar atkritumu apjoma samazināšanas un otrreizējas pārstrādes pieeju.

## Atkritumu apsaimniekošanas reģioni un atkritumu poligoni

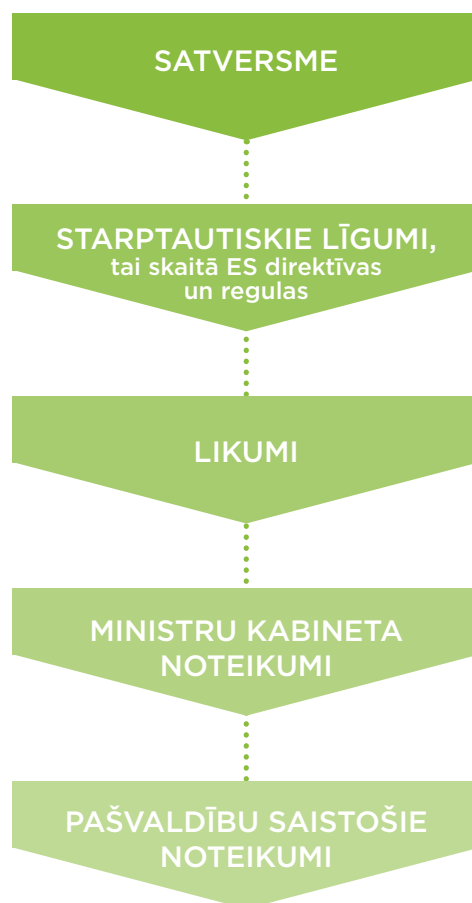


# 4

## NVO tiesības un līdzdalība atkritumu apsaimniekošanā

Sabiedrības tiesības dzīvot tīrā vidē un saņemt informāciju par vides stāvokli ir plaši aizsargātas ar visu līmeņu normatīvajiem aktiem. Tās ir garantētas gan atsevišķiem indivīdiem, gan NVO.

Lai labāk izmantotu vides tiesībām nodrošināto tiesisko aizsardzību, ir svarīgi izprast normatīvo aktu (Satversmes, starptautisko līgumu u. c.) hierarhiju:



## Vides aizstāvībai izmantojamās tiesību normas var grupēt 3 sadaļās:

1

### **TIESĪBAS DZĪVOT KVALITATĪVĀ VIDĒ,**

kas Satversmes līmenī ir formulētas vispārīgi un hierarhijā zemāk esošos normatīvajos aktos ir detalizētas sīkāk — piem., kādi tieši atkritumi ir uzskatāmi par bīstamajiem atkritumiem vai kādā veidā tie jāuzglabā (ko nosaka likumi un Ministru kabineta noteikumi) u.c.;

2

### **TIESĪBAS SAŅEMT INFORMĀCIJU PAR VIDES STĀVOKLI —**

likumi un citi normatīvie akti dod iedzīvotājiem tiesības prasīt informāciju par vides stāvokli, piem., kāds ir gaisa piesārņojuma līmenis, saņemt informāciju par notikušu negadījumu, kurā nodarīts kaitējums videi;

3

### **PROCESUĀLĀS TIESĪBU NORMAS —**

tās regulē kārtību, kādā divas iepriekšminētās tiesības tiek izmantotas. Tās, piem., nosaka, ka, lai pieprasītu informāciju par vides stāvokli, ir jā sagatavo parakstīts iesniegums, kurā jānorāda iesniedzēja vārds, uzvārds, personas kods; ko tieši lūdz, kam adresēts, sastādīšanas datums un vieta, vai, piem., kārtību, kādā var pārsūdzēt valsts pārvaldes iestādes lēmumus vai kādā veidā tiek veikta ietekmes uz vidi novērtēšanas procedūra.

No šīs hierarhijas izriet, ka neviena valsts pārvaldes iestāde nevar atsaukties uz zemāk esošu normatīvo aktu (tiesību normu jeb, ikdienas valodā runājot, likuma pantu), ja tas ir tiešā pretrunā ar augstāk esošu. Vispārējais princips ir šāds: jo hierarhijā augstāks normatīvais akts, jo vispārīgāks, visaptverošāks un plašāks ir formulējums. Piem., ja kāda Ministru kabineta noteikumu tiesību norma ir tiešā pretrunā ar ES direktīvā, regulā vai ANO/EEK Orhūsas konvencijā

noteikto, ikvienai valsts iestādei ir tiesības neņemt vērā nacionālo tiesību normu un jāpiemēro hierarhijā augstāk esošos normatīvajos aktos (ES direktīvā, regulā vai Orhūsas konvencijā) noteiktais. Šādu kārtību nosaka divi Latvijas Republikas likumi – Oficiālo publikāciju un tiesiskās informācijas likums (9. pants) un Likums par Latvijas Republikas starptautiskajiem līgumiem (13. pants).

Var izdalīt arī atsevišķu sadaļu, kas saistīta ar lobēšanu par labu tādu tiesību normu izstrādei, grozīšanai vai atcelšanai, kas atstātu tiešu vai netiešu ietekmi uz vidi (piem., par atļautā trokšņa vai smaku līmeņa paaugstināšanu vai par sabiedrības līdzdalības palielināšanu piesārņojošas darbības izvērtēšanā). Šobrīd ir izstrādāts likumprojekts Lobēšanas atklātības likumam, un ir liela iespēja, ka tuvāko gadu laikā šis likums tiks pieņemts. Galvenie likuma mērķi ir padarīt atklātāku, sabiedrībai pieejamāku informāciju par to, kuras personas vai personu grupas ir rosinājušas izmaiņas likumdošanā un kāds ir bijis šo izmaiņu sākotnējais priekšlikums, lai varētu labāk saprast likumdevēja motivāciju.

Starp ekstrēmākajiem vides tiesību aizstāvju stratēģijas un līdzekļu veidiem tiek minēta sabotāža un pilsoniska nepakļaušanās. Pirms šādas stratēģijas izmantošanas ir jāatceras princips, ka **neatļauta, prettiesiska darbība nerada citai personai tiesības rīkoties prettiesiski**. Piem., ja kāds uzņēmums atkārtoti rupji pārkāpj vides tiesību normas un pat rada veselības kaitējumu iedzīvotājiem, šīs darbības ne vides tiesību aizstāvjiem, ne arī citai personai nerada tiesības veikt krimināli vai administratīvi sodāmas darbības. Tās rada pienākumu atbildīgajām valsts iestādēm risināt šo problēmu, sodīt vainīgos, meklēt risinājumus, lai nākotnē neatkārtotos līdzīgas situācijas, bet iedzīvotāju (sabiedrības) **pilsoniskais pienākums ir sekot, lai valsts iestādes pareizi un efektīvi izmantotu likumu iepriekšminēto darbu veikšanai**.

**Ņemot vērā, ka šobrīd faktiski visi normatīvie akti, kas regulē atkritumu pārstrādi, jau ir pieņemti, NVO un citām sabiedrības intereses pārstāvošām grupām būtu mērķtiecīgi jāseko uz šo normatīvo aktu pamata veikto publisko iepirkumu procedūrām, kā arī valsts un pašvaldību iestāžu, atkritumu pārstrādē, savākšanā un pārvadāšanā iesaistīto uzņēmumu darbības atbilstībai ES direktīvas par atkritumu apsaimniekošanu noteikumiem un principiem, kā arī likumos, MK noteikumos un pašvaldību saistošajos noteikumos noteikto prasību precīzai izpildei.** Attiecībā uz valsts un pašvaldību iestādēm, tajā skaitā pakļautībā esošajām iestādēm, galvenais "piespiešanas" instruments ir administratīvais process (atbilstoši Administratīvā procesa likumam), kas ļauj pārsūdzēt nepamatotus lēmumus augstākstāvošākai amatpersonai un pēc tam tiesā. Savukārt atkritumu uzņēmējdarbībā iesaistītos uzņēmumus var ietekmēt, sekojot to darbībai un rakstot pamatotās sūdzības pašvaldībai vai Valsts vides dienestam par uzņēmuma darbībām, kas neatbilst atkritumu apsaimniekošanas noteikumiem.

**Nevalstiskajām organizācijām var būt būtiska loma efektīvas un ES direktīvu un regulu "garam" atbilstošas atkritumu apsaimniekošanas sistēmas izveidē.** Ņemot vērā, ka atkritumu apsaimniekošanas uzņēmējdarbība ir visai apjomīga un tajā no uzņēmēju puses bieži dominē tikai ar peļņu saistīti apsvērumi, kā arī to, ka šī veida uzņēmējdarbība vienmēr ir cieši saistīta ar vietējām pašvaldībām, šajā nozarē ir palielināts risks, ka vietējās pašvaldības saistošajos noteikumos vai pat Ministru kabineta noteikumos tiek iekļautas normas, kas ir izdevīgas atkritumu apsaimniekošanas uzņēmumiem, bet ir mazāk izdevīgas sabiedrībai kopumā. Šādās situācijās NVO var būt virzītājspēks, kas cīnās par sabiedrības interesēm kopumā.

Attiecībā uz normatīvajiem aktiem, kuri jau ir stājušies spēkā (piem., pašvaldību saistošie noteikumi, Ministru kabineta noteikumi) un kurus NVO redz kā pretrunā esošus ar hierarhijā augstākiem normatīvajiem aktiem, **pastāv iespēja griezties Satversmes tiesā ar argumentētu pieteikumu par normatīvā akta neatbilstību augstāka juridiska spēka tiesību normām** (Satversmes tiesas likuma 16. pants). Prakse rāda, ka Satversmes tiesa visai bieži apmierina iesniegtos pieteikumus, atzīstot kāda normatīvā akta daļu par spēkā neesošu. Tā, piem., 2012. gada 6. decembrī Satversmes tiesa ar spriedumu lietā Nr. 2012-01-01 atzina Atkritumu apsaimniekošanas likuma pārejas noteikumu 12. punktu daļēji par spēkā neesošu. Līdz ar to Satversmes tiesa var tikt izmantota, lai apstrīdētu normatīvo aktu pamatotību un tiesiskumu.

Taču vislielāko ieguldījumu NVO sektors var sniegt, organizējot dažādas izglītības un komunikācijas kampaņas vides jomā, kā arī iesaistoties tajās, **lai plašāk, saprotamāk un efektīvāk sabiedrībai izskaidrotu atkritumu apsaimniekošanas mērķus un prasības.**

# NVO kampaņas – sociālais aktīvums

Par atkritumu daudzuma samazināšanu, šķirošanas nozīmi un pārstrādes iespējām sabiedrība lielākoties sāk domāt, saņemot kādu papildu stimulu (visbiežāk tas ir atkritumu savākšanas un izvešanas maksas palielinājums), pamanot kādu komunikācijas pasākumu vides jomā, sabiedriskajā apspriešanā nonākot kādam lieram atkritumu apsaimniekošanas infrastruktūras objekta būvniecības projektam savas dzīvesvietas tuvumā, veicot novērojumus apkārtējā vidē vai iepazīstoties ar labo praksi ārvalstīs.

NVO loma šeit ir ļoti būtiska, gan lai skaidrotu sabiedrībai notiekošo, gan lai izvērtētu, vai esošais atkritumu apsaimniekošanas piedāvājums vai atkritumu pārstrādes objekts ir optimālākais un nepieciešamākais administratīvajai teritorijai, reģionam vai valstij kopumā.

NVO kampaņas šo vadlīniju ietvaros definējamas kā centieni panākt pārmaiņas atkritumu apsaimniekošanā un veidot izpratni dažādos līmeņos, bet jo īpaši māsaimniecībās. Tās var būt izmaiņas normatīvajos aktos un darbs ar lēmumu pieņēmējiem pašvaldības vai valsts līmenī, lai atkritumu apsaimniekošanas sistēmu izveidotu ērtu, efektīvu un visiem pieejamu. Tās var būt arī kāda konkrēta rīcības modeļa izmaiņas vai izglītojošs darbs ar plašāku sabiedrību, kā galēju rīcību atstājot protesta akcijas, blokādes, tiesas prāvas, mītiņus u. tml. Lai vai kas tas būtu, jāpatur prātā, **ka kampaņa ir nevis sociālo pārmaiņu mērķis, bet gan līdzeklis ceļā uz pārmaiņām – sabiedrības viedokļa un rīcības maiņu.**

Sabiedrības viedokļa pārstāvēšana var notikt dažādos veidos. Piem., iedzīvotāji paši var rakstīt vēstules vietējiem plašsaziņas līdzekļiem, lai norādītu neatbilstības atkritumu apsaimniekošanā vai izteiktu savu gatavību darboties citādi: aktīvāk šķirot atkritumus, norādot vislabākās vietas atkritumu šķirošanas punktiem un pieprasot plašāku informāciju par šķirojamajiem materiāliem un to pārstrādes iespējām; kompostēt atkritumus savā piemājas teritorijā, pieprasot informāciju par pareizu kompostēšanas praksi. Šāda rīcība ļautu pievērst gan plašākas sabiedrības, gan lēmumu pieņēmēju

uzmanību. Lai pārmaiņas būtu efektīvas, būtiski, ka to ierosinātāji, oficiāli reģistrētas vai neregistrētas cilvēku grupas, aktuālo jautājumu formulē tā, lai jebkurš cilvēks to spētu saprast un atbilstoši rīkoties, kā arī lai tas nebūtu pretrunā ar normatīvajiem aktiem.

Lai komunikācija būtu labāk pamanāma, par informācijas sniedzēju var uzaicināt sabiedrībā pazīstamu nevalstisko organizāciju aktivistu, zinātnieku, politiķi, žurnālistu – jebkuru cilvēku, kurš gatavs aizstāvēt sabiedrības intereses un kurš zināmā auditorijas daļā ir viedokļu līderis. Sabiedrības interešu pārstāvēšana kampaņas ietvaros var ietekmēt to, kā cilvēki kampaņu uztvers, kā plašsaziņas līdzekļi to atspoguļos un kā uz to reaģēs lēmumu pieņēmēji. Tāpēc pirms kampaņas uzsākšanas **vajadzētu pārliecināties, vai tiks paustas sabiedrības, nevis komerciālās vai politiskās intereses.**

Nav viena “pareizā” veida, kā organizēt kampaņu, – katrs pieredzējis kampaņu organizētājs varētu ieteikt savu ceļu, bet ir dažas vienkāršas lietas, ko būtu vērts paturēt prātā un par kurām īsumā stāstīts vadlīniju turpinājumā. **Efektīvai kampaņai nepieciešama iepriekš rūpīgi pārdomāta un izplānota struktūra**, citādi kampaņa var pārvērsties par neveiksmīgiem komunikācijas vingrinājumiem. Lai arī kāds būtu kampaņas mērķis – atšķirīgi rīcības modeļi, aicinājums rīkoties vai uzmanības piesaistīšana –, veiksmīgas komunikācijas kampaņas pamatuzdevums ir sasniegt auditoriju īstajā brīdī un ar saprotami formulētu vēstījumu.

Ne vienmēr kampaņa paredz lielus finansiālus izdevumus – bieži vien atliek tikai apzināt īsto tematu īstajā laikā, atrast atsaucīgus partnerus un atbalstītājus un piemērotus sabiedrības iesaistes veidus, un kampaņa var izdoties.

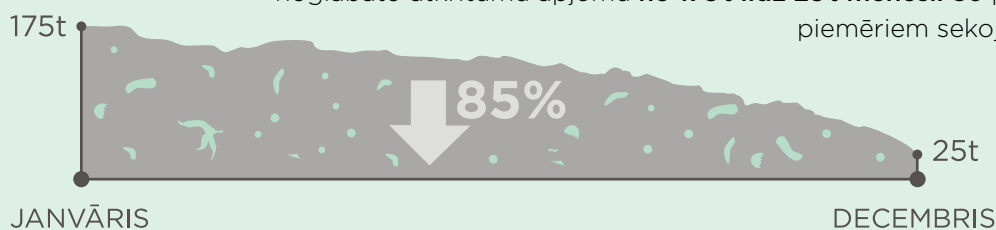
## SPĀNIJAS PIEMĒRS



Basku apdzīvotajos Spānijas ziemeļos, Gipuskojas provincē, 2002. gadā **atkritumu apglabāšanas poligons bija gandrīz piepildīts** un pašvaldība piedāvāja būvēt divas **jaunas atkritumu sadedzināšanas iekārtas**. Tas izsauca plašu sabiedrības neapmierinātību. Lai apturētu šo atkritumu sadedzināšanas iekārtu būvniecību, tika organizētas demonstrācijas, zibakcijas un pat **referendums, kurā piedalījās 64% vietējo iedzīvotāju** – par sadedzināšanas iekārtu būvniecību nobalsoja tikai viens iedzīvotājs. Neskatoties uz to, valdošā koalīcija turpināja virzīt vienu no šiem projektiem Zubietas ciematā 10 km no Sansevastjanas.

Taču vairākas pašvaldības nolēma iet alternatīvu ceļu un uzsāka atkritumu šķirošanas, t.sk. kompostēšanas, programmu. Iedzīvotājiem tika izdalīti šķirojamo atkritumu maisi, un bioloģisko, plastmasas, papīra un pārējo sadzīves **atkritumu šķirošana kļuva par iedzīvotāju obligātu pienākumu**. Bioloģiski noārdāmo atkritumu kompostēšanai pašvaldība organizē speciālas apmācības un piedāvā bezmaksas konteinerus. Cilvēki, kuri piesakās uz kompostēšanu, saņem **40% atlaidi sadzīves atkritumu apsaimniekošanas maksai**.

Pirmā gada laikā viņiem izdevās par **85% samazināt** poligonā noglabāto atkritumu apjomu **no 175 t līdz 25 t mēnesī**. Šo pašvaldību piemēriem sekoja arī citas.



2013. gadā pēc vietējām vēlēšanām, kurās uzvarēja opozīcijas partija, tika apturēta tālāka atkritumu dedzināšanas iekārtu būvniecība reģionā.



## KO IR VĒRTS

## IEGAUMĒT?

- Kampaņa sākas ar **auditorijas motivācijas un pamatvajadzību izprašanu**, vēlmi un spēju identificēties ar cilvēkiem, kuri kampaņā tiks uzrunāti.
- **Strikta kampaņas ietvara noteikšana** palīdzēs to vieglāk vadīt un sasniegt mērķus, tāpēc būtu vēlams jau sākumā definēt auditorijas iesaistīšanās līmeni.
- **Komunicējiet iepriekš pārdomātā veidā** un secībā, nepieļaujot, ka kaut kas notiek pašplūsmā.
- Atrodiet un **veidojiet stāstus par cilvēkiem**, jo tos atceras vislabāk. Pārlieciniet kampaņas mērķauditoriju, ka “bez jums nekas neizdosies”.
- **Redzēt nozīmē – noticēt.** Skaitļi, attēli, skaņa, citu pieredzes atspoguļošana – tas viss palīdzēs komunikācijā.
- Kampaņas **mērķiem jābūt pietiekami lieliem**, lai tiem būtu nozīme, un gana maziem, lai tos sasniegtu.
- Atspoguļojot **rezultātus**, ieteicams izvēlēties tādus rādītājus, kas raksturo un ataino kampaņas norisi – lielākas vai mazākas izmaiņas, kuras iespējams izmērīt un saprotami parādīt.
- **Izvairieties no pārāk sīkām detaļām** un faktiem komunikācijā – jo vairāk faktu un argumentu kampaņas laikā tiks publiskoti, jo lielāka iespēja, ka būs daudz pretargumentu.
- **Ziņai jābūt vienai, īsai un vienkāršai.** Jo plašāka auditorija, jo saprotamāk jāformulē vēstījums.
- Kampaņas ietvaros **plānotos pasākumus organizējiet**, ņemot vērā arī plašākas sabiedrības dienas kārtību. Vienlaicīgi esiet aktīvi un negaidiet, lai komunikācija ir atbildes reakcija uz notiekošo.

Lai labāk izprastu komunikācijas kampaņas plānošanu un norisi, ieskicētu problēmas un risinājumus, vadlīniju ietvaros aprakstīta biedrības “homo ecos:” pieredze, kas gūta, 2013. gadā organizējot kampaņu par pārtikas atkritumu samazināšanu “Dalīsim brālīgi?”, kā arī projekta darba grupās apkopotie secinājumi. Kampaņa “Dalīsim brālīgi?” bija pamudinājums turpmākai temata

attīstībai, kas šī projekta ietvaros pārtapa plašākā diskusijā par mājsaimniecību radīto bioloģisko atkritumu samazināšanas iespējām, iesaistot gan atbildīgo Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministriju, gan atkritumu apsaimniekotājus un ēdināšanas un pārtikas ražošanas industriju.

## PIRMAIS SOLIS — IZPĒTE UN INFORMĀCIJAS VĀKŠANA

Izpēte un informācijas vākšana ir nozīmīgs posms kopējā kampaņas plānā, jo var palīdzēt precizēt gan kampaņas mērķus, gan auditoriju, kā arī iezīmēt citus vērā ņemamus kampaņas elementus. Būtiski koncentrēties uz divām lietām – **kāda ir galvenā problēma un kā tā radusies?** Ja iespējams, šos jautājumus vajadzētu uzdot arī tiem cilvēkiem, kuri tiešā veidā iesaistīti problēmas risināšanā.

### Tematiskais fokuss

Kampaņas ietvaros vēlams fokusēties uz vienu konkrētu risināmo problēmu; ja tādas ir vairākas, vienai tomēr vajadzētu būt izceltai, svarīgākai. Piem., runājot par pārtikas iepakojumu un tā samazināšanas nepieciešamību, aktualizējas tādi aspekti kā iepirkšanās paradumi un iepakojums; iepakojuma sastāvs un sabiedrības veselība; iepakojuma otrreizēja lietošana un šķirošana pārstrādei, taču kampaņas ietvaros būtu vēlams fokusēties uz vienu no tiem.

### Kvantitatīvie pētījumi

Palīdz precizēt kampaņas norisi – mērķus, uzdevumus, auditorijas attieksmi, tāpēc sadarbība ar profesionāliem pētījumu un aptauju veicējiem var lietī noderēt. Labi, ja auditorijas pētījumu var veikt arī pēc kampaņas, jo tas ir vienīgais objektīvais veids, kā konstatēt, vai pārmaiņas ir notikušas un vai kampaņas mērķi ir sasniegti.

### Kvalitatīvie pētījumi

Piemēroti auditorijas viedokļa padziļinātai izpētei. Kvalitatīvie pētījumi var būt iedzīvotāju fokusa grupas, individuālās intervijas vai ekspertu darba grupas. Kvalitatīvie pētījumi var negaidīti parādīt, ka daļa auditorijas domā citādāk nekā organizatori gan individuālās pieredzes dēļ, gan tādēļ, ka temats netiek pietiekami atspoguļots plašsaziņas līdzekļos. Atšķirīgos viedokļus ieteicams ņemt vērā, formulējot kampaņas galveno ideju un izvēloties stratēģiju.

Jāparedz, kā kampaņa var  
izvērsties un **kurp tā var vest.**

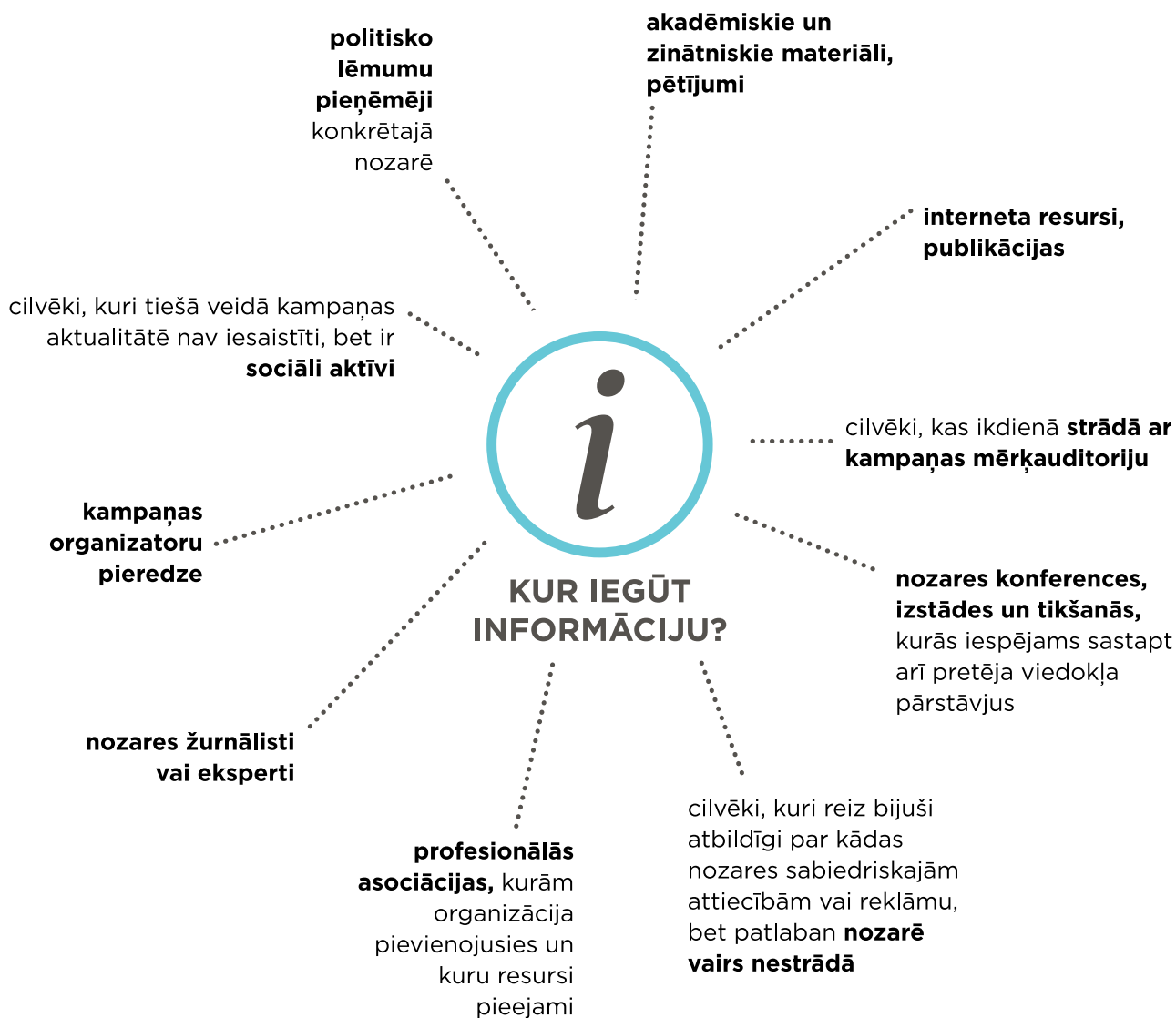
Būtiski formulēt  
galveno **problēmu**  
vai draudus, kas  
jānovērš.

## NOTIKUMU KARTE

Jāapkopo  
zināmie un nezināmie.

Jāizpēta, kāda ir problēmas  
**vēsture**, saknes.

Jāidentificē **iesaistītās**  
**puses**, notikumi un kontakti.



## Tīkla veidošana

Nav nerasniedzamu cilvēku. Pastāv uzskats, ka **jebkurš cilvēks pasaulē ir sešu rokaspiedienu attālumā**. Ir vērts padomāt, kas ir organizācijas atbalstītāji, brīvprātīgie, sadarbības partneri, vai ar viņu palīdzību iespējams iegūt tos kontaktus, kuri šķiet neaizsniedzami, kā arī izplatīt ziņas kampaņas laikā un iesaistīt sabiedrību kampaņas norisē.

## Pieredzes apkopošana

Kampaņas efektivitāti iespējams paaugstināt, **rādot sabiedrībai labās prakses piemērus**, kas pastiprina kampaņā definētās tēmas aktualitāti, piem., runājot par bioloģisko atkritumu pārstrādi mājās un demonstrējot veiksmīgus kompostēšanas piemērus. Auditorijai būtiski redzēt, ka pārmaiņas ir iespējamas.

## Oponenti

Kampaņai vienmēr būs pretinieki. Tie var būt vairāk vai mazāk aktīvi skeptiski noskaņoti cilvēki vai kādas nozares intereses aizstāvoši profesionāļi, kampaņas izstrādes gaitā ieteicams tos apzināt. Lai atrastu oponentus, **nepieciešams apkopot informāciju par lēmu-**

**mu pieņēmējiem**, iepriekš notikušajām pārmaiņām, riska faktoriem, informācijas avotiem, formālajām un neformālajām grupām, kā arī izvērtēt iespēju izprovocēt oponentus uz sarunu.

## Rezultāti un sekas

Lai izvairītos no negaidītiem un nepatīkamiem pārsteigumiem, vajadzētu skaidri zināt nākamo soli, kā arī pārdomāt kampaņas ieguvumus un iespējamus zaudējumus.

## PIEMĒRS

Sadarbībā ar atkritumu apsaimniekošanas uzņēmumiem rīkojiet atvērto durvju dienas, lai cilvēkiem būtu iespēja redzēt, kā izskatās atkritumu poligonos un cik daudz lietu tur nonāk. Biedrības "homo ecos:" veiktā aptauja par atkritumu šķirošanas ieradumiem uzrāda, ka 15 % aptaujāto cilvēku labprāt redzētu, kas notiek atkritumu poligonos, jo cilvēki ir skeptiski par atkritumu šķirošanas nepieciešamību.

2013. gadā Eiropas Komisija nāca klajā ar datiem, ka trešā daļa pārtikas pasaulē tiek izmesta atkritumos. Šis fakts parādījās daudzos plašsaziņas līdzekļos gan pasaulē, gan Latvijā, tādēļ biedrība "homo ecos:" nolēma šai problēmai pievērst arī Latvijas sabiedrības uzmanību. Lai precizētu Latvijas sabiedrības attieksmi, sadarbībā ar portālu *draugiem.lv* un komunikācijas aģentūru "Airport" tika veikta aptauja portālā *draugiem.lv*. Pētījuma rezultāti palīdzēja apzināt sabiedrības attieksmi un rīcību dažādos ar pārtikas atkritumiem saistītos jautājumos, parādot, ka tā auditorijas daļa, kura izmet ēdienu, lielākoties izmet jau pagatavotu maltīšu pārpalikumus.



Pētījums veikts "homo ecos:" sociālās kampaņas "Dalīsim brālīgi?" ietvaros 2013. gadā. Portāla *draugiem.lv* lietotāju vidū aptaujāti 1150 respondenti 25 līdz 65 gadu vecumā.

## OTRAIS SOLIS — KAMPAŅAS PLĀNOŠANA

Pirms uzsākt kampaņas plānošanu – par atkritumu apsaimniekošanu vai kādu citu tematu –, ir vērts atbildēt uz pāris jautājumiem. Pirmkārt, **kāpēc kādam jūsos būtu jāklausās?** Otrkārt, ja konkrētais temats ir aktuāls, **kāpēc neviens par to līdz šim nav runājis?**

Kampaņa ietver vairākus soļus, ikviens no tiem – gan sagatavošanās un informācijas apkopošana, gan darbs ar plašsaziņas līdzekļiem, gan rezultātu atspoguļošana – ir vienlīdz būtiski. To gatavojot, vēlams definēt:

- kāds ir kampaņas **mērķis**, vēlams, ne tikai vienas kampaņas ietvaros, bet arī ilgtermiņā un priekšplānā izvirzot tieši sabiedrības intereses;
- kas ir kampaņā **iesaistītās puses** un kā kampaņa katru no tām varētu ietekmēt, un kāda ir pieejamā informācija par tematu kopumā;
- kādas **vērtības** kampaņas laikā tiks popularizētas – vides, sociālās, materiālās, intelektuālās utt.;
- kā par kampaņas aktivitātēm tiks **stāstīts** plašākai sabiedrībai – indivīdiem un organizācijām.

### Mērķi

Mēdz gadīties, ka kampaņas organizators savas darbības ietvaros saskata kādu plašākai sabiedrībai aktuālu problēmu, bet nespēj formulēt, ko tieši vēlētos mainīt un sasniegt. Tēmas precizēšanai un kampaņas mērķa izvirzīšanai var noderēt mērķauditorijas attieksmes kvalitatīvais un kvantitatīvais pētījums: konsultācijas ar nozares ekspertiem vai citu līdzīgu organizāciju pārstāvjiem, pārrunas ar organizācijas domubiedriem un brīvprātīgajiem, kā arī plašākas sabiedrības aptauja, politisko notikumu vērošana un publiskās debates.

Kampaņas mērķi ir jādefinē ētisko vērtību skalā, bet tiem jābūt arī racionāliem un jāatspoguļo sabiedrības ieguvumi. Tie var būt vērsti uz:

- **sabiedrības domāšanas veida ietekmēšanu**, piem., videi draudzīgs dzīvesveids;
- **kopienas attieksmes un rīcības maiņu**, piem., ekociemati, pārmaiņu iniciatīvas;
- **interesu grupas ideju un rīcības atbalstu**, piem., ražotāju atbildības sistēmas;
- **lēmumu pieņēmēju darbības ietekmi**, piem., izmaiņu iniciēšana normatīvajos aktos;

- **sabiedrības interesēm pretimstāvošas rīcības paredzēšanu** un savlaicīgu tās novēršanu, piem., korumpatīvas ierēdņu rīcības atmakošana.

### Auditorija

Kampaņas auditoriju nosaka saskaņā ar izvirzītajiem mērķiem, un **vienas kampaņas ietvaros var tikt uzrunātas vairākas auditorijas**, piem., ja kampaņas mērķis ir atkritumu samazināšana, auditorija var būt tikai mājsaimniecības, bet, ja kampaņas mērķis ir atkritumu šķirošanas palielināšana, mērķauditorija var būt gan mājsaimniecības, gan atkritumu apsaimniekotāji, gan pašvaldības. Lai sasniegtu kampaņas mērķus, būtiski iejusties auditorijas lomā, izzināt, ko domā un kā rīkojas kampaņā iesaistāmā sabiedrības daļa. Nevajadzētu pieņemt, ka kampaņas organizatoru izvēlētie aktuālie jautājumi ir visiem zināmi un auditorijas attieksme paredzama jau iepriekš. Var izrādīties, ka auditorija ir ziņoša vai gatava rīkoties citādi, nekā sākotnēji paredzēts kampaņas mērķos.

### Ietvars

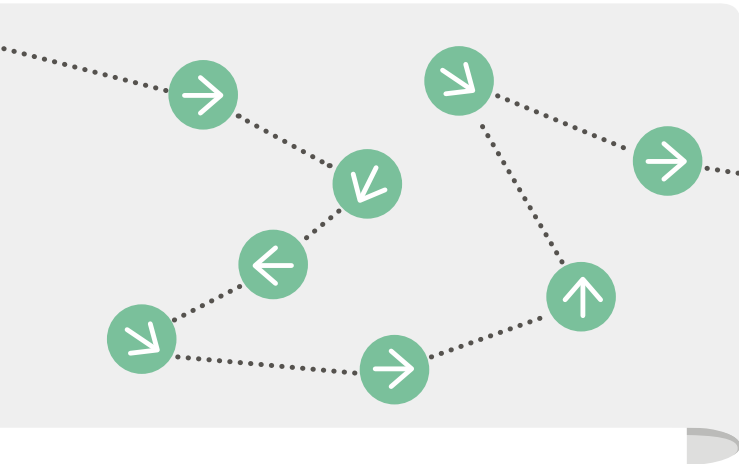
**Kampaņas ietvars iezīmē sabiedrības iesaistīšanas veidus, ilgtermiņa un īstermiņa mērķus, stratēģiju un taktiku**, kā arī sagaidāmos rezultātus. Ietvars lielākoties ir balstīts uz racionāliem apsvērumiem, loģisku rīcību un izskaidrošanu – kādi ir pušu pienākumi un atbildība, kādas ir sekas neatbilstošai rīcībai, kurš par ko ir atbildīgs, cik plaša tēma tiek skarta, kāds būs turpmākās rīcības modelis pēc kampaņas norises. Kampaņas ietvaros būtiski iezīmēt gan problēmu, gan tās risinājumu. Skaidrojot problēmu, jānorāda, ka trūkst pārmaiņu, savukārt risinājumam jāietver gan ekonomiskie, gan sociālie, gan emocionālie aspekti.

### Stratēģija

Stratēģija ir **ceļvedis uz pārmaiņām sabiedrībā**, iezīmējot veidu, kā no esošās situācijas nokļūt uz vēlamo. Izvēloties stratēģijas komponentus, nepieciešams identificēt iespējamus šķēršļus un veidus, kā tos pārvarēt. Kampaņas stratēģijas komponenti var būt sabiedrības informēšana, izglītošana un iesaiste, interešu kopienas veidošana, sadarbība ar plašsaziņas līdzekļiem, pētījumu izstrāde, politisko lēmumu iniciēšana, ziedojumu piesaiste u. tml.

## Taktika

Pārdomāta un labi plānota kampaņa no sākuma līdz beigām ir **savstarpēji saistītu un iepriekš paredzētu pasākumu virkne, kad viens notikums ved pie nākamā**. Taktika ir pakārtota stratēģijai – ja, piem., kampaņas mērķa sasniegšanai ir izvēlēta sadarbība ar plašsaziņas līdzekļiem, tās ietvaros varētu tik organizēts pasākums plašsaziņas līdzekļiem, izsūtīta iepriekš sagatavota informācija u. tml.



### PIEMĒRS

Ja pašvaldībā nepieciešams uzlabot atkritumu apsaimniekošanas sistēmu, būtu svarīgi:

#### I ESOŠĀS SITUĀCIJAS IZVĒRTĒŠANA:

- apziniet galvenās ar atkritumu apsaimniekošanu saistītās problēmas, kas būtu jāatrisina;
- noskaidrojiet, kāds ir pašvaldībā izvēlētais atkritumu apsaimniekošanas modelis (normatīvie akti, infrastruktūra);
- izpētiet, kāpēc šī pieeja nedarbojas.

#### II ALTERNATĪVU IZVĒRTĒŠANA:

- salīdziniet atkritumu plūsmas, izmaksas, ieguvējus un zaudētājus, sociālekonomisko ietekmi un ietekmi uz vidi;
- izplānojiet, kā īstenot projektu.

#### III RĪCĪBA:

- apziniet sadarbības partnerus un izveidojiet koalīciju;
- komunicējiet ar sabiedrību un citām iesaistītajām pusēm;
- izvēlieties vienu vai vairākas rīcības stratēģijas.

## Kā rīkoties un ko ņemt vērā kampaņas norises plānošanā

- Ņemiet vērā definētās auditorijas **iespēju iesaistīties** kampaņas aktivitātēs (piem., ja auditorija ir skolēni, piemērotākais aktivitāšu laiks ir nedēļas nogales, brīvlaiks u. tml.).
- Izmantojiet laiku, kad kampaņas **opponenti** varētu būt **visaizņemtākie** un neradītu pārāk lielu pretestību.
- Ņemiet vērā auditorijas **sasniedzamību** dažādu **citu pasākumu ietvaros** – publiskos pasākumos, brīvdienās, vietās, kur pulcējas vairāk cilvēku.
- Plānojiet pasākumus tā, lai auditorija uz tiem varētu **ierasties**, pārlietu **nemainot savu dienas kārtību**.
- **Sekoji**et līdz **citiem notikumiem sabiedrībā** un, ja iespējams, izvēlieties tādu kampaņas uzsākšanas brīdi, kad citi notikumi nenovērsīs uzmanību no tās vai arī kampaņas aktualitāte sakrītīs ar plašākiem notikumiem sabiedrībā.

### PIEMĒRS

Kampaņas **“Dalīsim brālīgi?”** norise tika plānota vēlā rudenī – novembrī, kas sakrīta ar valsts svētku un pirmsziemassvētku laiku un bija labs brīdis, lai atgādinātu iedzīvotājiem par maltīšu plānošanu.

## Pretdarbība

Sociālā aktivitāte un centieni darboties sabiedrības labā ne vienmēr tiek pozitīvi uztverti no citām ieinteresētajām pusēm, tāpēc, plānojot kampaņu, būtiski pārdomāt, no kuras puses un kādā veidā pretestība varētu būt gaidāma.

- Kampaņas laika plānā ieteicams **“plāns B”**, gadījumā, ja kaut kas neizdodas kā iecerēts un kāda no kampaņas taktikām nedarbojas.
- Plānojot iesaistīto cilvēku darbu, finanses vai jebkādu citus resursus, vienmēr **vērts atstāt rezervi**, lai vajadzības gadījumā nenāktos meklēt palīdzību ārpusē.
- Kampaņas norisi nevajadzētu pārāk centralizēt – **delegējiet iespējami daudz pienākumu** un atbildību uzticiet visiem iesaistītajiem.
- Vērts iepriekš paredzēt, **kā mainīsies kampaņā iesaistīto cilvēku pienākumi**, neplānoti saskaroties ar citu pušu pretestību un mainoties kampaņas norisei.

## TREŠAIS SOLIS — KAMPAŅAS IDEJAS IZSTRĀDE

Kad izpēte un informācijas vākšana ir paveikta, ir izvirzīti kampaņas mērķi un definēta sasniedzamā auditorija, būtu **jāvienojas par vienu galveno kampaņā pausto vēstījumu**, kas jo īpaši svarīgi, ja kampaņas mērķa sasniegšanai nepieciešams uzrunāt lielu sabiedrības daļu un iesaistīt plašsaziņas līdzekļus. Lai ideja uzrunātu sabiedrību, nevajadzētu baidīties būt emocionāliem un nedaudz pārspīlēt.

### Stāstīt par cilvēkiem

Kampaņu varētu salīdzināt ar stāstu, kuram ir sākums, kulminācija un beigas, un šis stāsts ir par cilvēkiem. Tie var būt vairāki īsi stāsti par dažādiem cilvēkiem vai viens garāks – par kādu cilvēku kopu, bet vērts paturēt prātā, ka tieši stāsti būs tie, kuros, identificējoties ar stāsta varoņiem, plašāka **auditorija ieraudzīs sevi**.

### PIEMĒRS

Kampaņā “Dalīsim brālīgi?” iesaistījās pieci dažādi cilvēki un viņu ģimenes, lai viena mēneša garumā piedalītos eksperimentā ar mērķi samazināt pārtikas atkritumu daudzumu. Šie cilvēki – rakstniece Dace Rukšāne, blogere un zemiece Ilze Lipska, vides žurnāliste Anitra Tooma, radio dīdžejs Toms Grēviņš un žurnālists Ansis Bogustovs – apņēmas piefiksēt rakstiski savus iepirkšanās paradumus, pārtikas produktu un maltīšu plānojumu, kā arī to, kas tiek darīts ar pāri palikušajiem produktiem, un dalīties pieredzē ar plašāku sabiedrību. Eksperimenta mērķis bija pārliecināties, vai rūpīga plānošana var mainīt atkritumos nonākušo produktu daudzumu.

### Iesaistīt

Jau no paša sākuma kampaņu vērts plānot tā, lai tā skaidri paustu, ka **sabiedrības iesaistīšanās ir vitāli svarīga** un ka pārmaiņas nav iespējamās bez cilvēku līdzdalības. Lai to sasniegtu, sabiedrībai ir jāpiedāvā iespēja rīkoties citādi, viegli un ērti iesaistīties kampaņas norisē.

### Veidot dialogu

Kampaņa ir divvirzienu komunikācija, tāpēc būtiski nodrošināt dialogu ar sabiedrību, rast iespēju uzklaut tās viedokli, **ņemt vērā sabiedrības pieredzi**. Tas ne vienmēr ir viegli, jo var gadīties, ka cilvēki nav ieinteresēti vai ir aizdomu pilni un uzdod jautājumu “kas aiz tā visa slēpjas?”, tāpēc būtiski parādīt, ka runa ir par plašai sabiedrībai aktuālu problēmu un to atrisināt var tikai sadarbojoties.

### Vizualizēt

Dažādi vizuālie materiāli – fotogrāfijas, zīmējumi, simboli, ikonas, infografikas – ir **labākais veids, kā ātri un saprotami atainot kampaņas saturu**. Turklāt moderno tehnoloģiju attīstība dod iespēju arī plašai sabiedrībai iesaistīties kampaņas satura veidošanā, piem., iesūtīt fotogrāfijas par kampaņas tematu.

### Nebaidīties no pretstatiem

“Pareizi – nepareizi”, “jā – nē”, “balts – melns” iedarbosies labāk un palīdzēs skaidrāk ieraudzīt problēmu nekā centieni aprakstīt kaut ko grūti izmērāmu vai aptuvenu, piem., lietojot tādus vārdus kā “nedaudz vairāk”, “aptuveni”, “gana” u.tml.

### Jo mazāk faktu, jo labāk

Lai arī kampaņas izstrādes gaitā apkopots daudz informācijas par konkrēto tematu, tomēr, **formulējot galveno vēstījumu, pārāk daudz dažādu argumentu un faktu var nākt par ļaunu**. Jo vairāk daudzveidīgas informācijas tiks publiskots, jo plašākas iespējas saņemt daudz iebildumu no oponentiem. Plašu faktoloģisko informāciju vēlams atstāt analītiskiem rakstiem vai izsmeljošām intervijām. Turklāt ieteicams fokusēties uz kādu nelielu problēmas daļu, kas šķiet nepamanīta, bet attiecas uz plašu auditoriju, nevis uz problēmu, kas skar šauru sabiedrības daļu.

### Rezultātu atspoguļošana

Lai arī kā gribētos mainīt pasauli pilnībā, racionāli būtu komunicēt par tādām pārmaiņām, kas, iespējams, nav lielas, bet tomēr pamanāmas. Lai piesaistītu plašsaziņas līdzekļu uzmanību, vērts padomāt par to, kā tiek izvērtēti un atainoti sasniegtie rezultāti, kādi piemēri tiks aprakstīti komunikācijā.

## PIEMĒRS

### Kampaņas ideja bioloģisko atkritumu samazināšanai

**Mērķis** — bezatkritumu principa iedzīvināšana ikdienā, lai cilvēku izvēle būtu pēc iespējas samazināt radīto atkritumu daudzumu, jauna indivīda uzvedības modeļa realizēšana.

Kopumā visa kampaņa balstīta uz kompostēšanas idejas popularizēšanu, lai katrā sētā būtu sava komposta kaudze un/vai kontainers virtuves atkritumu kompostēšanai.

Galvenā **mērķauditorija**, kuru būtu nepieciešams uzrunāt un ar kuru turpmāk sadarboties — mājsaimniecības, kurām ir iespēja kompostēt sava īpašuma teritorijā.

**Informācijas nodošanas kanāli** — organizācijas brīvprātīgie un atbalstītāji, ekoskolu tīkls, sociālie tīkli. Varētu izmantot arī projektu nedēļas skolās un studentu pētījumus.

Informēt par kampaņu plašsaziņas līdzekļos, lai nodrošinātu kampaņas publicitāti, rakstīt rakstus par pareizām bioloģisko atkritumu kompostēšanas metodēm un citiem praktiskiem piemēriem bezatkritumu principa ieviešanā, tādā veidā sekmējot aktīvas kustības izveidi.

**Pirmais kampaņas posms** būtu negatīvās situācijas atspoguļojums, jo 40 % no kopējā atkritumu daudzuma veido virtuves un dārza atkritumi.

**Otrais posms** — iesaistīšanās, izmantojot gan interneta vietni, gan sociālos tīklus.

**Trešais posms** — izvērtēšana, kad jau tiek izdarīti secinājumi un izteikti viedokļi, stāstīti stāsti un pieredze, kā kompostēt un izmantot sagatavoto kompostu.

Pēc komunikācijas kampaņas noteikti būtu jādefinē turpmākā rīcība, ierosinājumi, kā arī jāizveido informācija par paveikto.

## CETURTAIS SOLIS — KOMUNIKĀCIJA KAMPAŅAS IETVAROS

Komunikācijas stratēģija apvieno kampaņas sagatavošanas gaitā apkopoto informāciju un precīzu, saprotamu un nemainīgu galveno vēstījumu. Kampaņas stratēģija un plašsaziņas līdzekļu stratēģija nav viens un tas pats. Plašsaziņas līdzekļu (radio, prese, televīzija un t. s. jaunie plašsaziņas līdzekļi) izmantošana ir tikai viena daļa no visas kampaņas.

### Būtiskākie komunikācijas elementi:



#### KANĀLS

Kā ziņa izplatās?



#### RĪCĪBA

Kam būtu jānotiek?



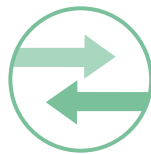
#### VĒSTNESIS

Kurš par to runā?



#### RĪCĪBAS PLĀNS

Kāpēc kāds to dara — būtiski apzināt, lai nodrošinātu efektivitāti.



#### KONTEKSTS

Kur un kad informācija nonāk, ņemot vērā arī citus notikumus sabiedrībā.



#### AUDITORIJA

Ar ko tiek komunicēts?



#### MOTIVĀCIJA

Kas liks sabiedrībai rīkoties?



## IETEIKUMI

## VEIKSMĪGAI KOMUNIKĀCIJAI

### ESIET DAUDZDIMENSIONĀLI!

Komunicējiet vairākos cilvēka uztveres līmeņos – politiskajā, emocionālajā, ekonomiskajā, garīgajā, psiholoģiskajā, zinātniskajā utt. Pat ja komunikācija sākas tikai vienā tiem, kampaņas gaitā centieties skart arī citus.

### IESAISTIET KAMPAŅAS AUDITORIJU!

Cilvēkiem ir jājūt, ka viņi paši var pieņemt lēmumus un ka viņi var izdarīt kaut nedaudz, bet turpināt darīt arvien vairāk.

### ESIET MORĀLI ATBILDĪGI!

Pārstāviet tiešām reālas sabiedrības intereses, iezīmējiet izmaiņas un vediniet uz tām plašāku sabiedrību, ne tikai šauru cilvēku loku. Jo plašāku auditoriju sasniegsiet, jo lielāka būs jūsu atbildība, jo vairāk izdarīsiet. Pavisam vienkārša shēma: plānojiet racionāli – sasniedziet cilvēku sirdis – atgriezieties pie racionālā.

### RAISIET SARUNAS SABIEDRĪBĀ!

Lai kampaņa būtu tiešām efektīva, tai jānodrošina sabiedrība pārvērtēt savu viedokli un rīcību konkrētajā jautājumā. Provocējiet sabiedrību, nevis norādiet, kas tai jādara. Ja kampaņas laikā, mijiedarbojoties dažādām auditorijām, notiek kādas sabiedrības daļas rīcības vai viedokļa maiņa, kampaņa vairs nav tikai tās organizētāju rokās, un tas nozīmē, ka kampaņa ir izdevusies. Sāciet runāt ar sabiedrību un beidziet ar to, ka sabiedrība runā pati.

### ESIET IEDVESMOJOŠI!

Kampaņas idejai un vēstījumam pirmkārt jāaizrauj paši organizatori, tikai tad tā aizraus un iesaistīs arī plašāku auditoriju.

### ESIET STRATĒGISKI!

Stratēģija aptver gan nelielus taktiskus soļus kampaņas ietvaros, gan lielākus – lai panāktu nozīmīgākas izmaiņas nozarē.

### KOMUNICĒJIET!

Kampaņai ir jābūt pamanāmai. Izmantojiet vizuālo komunikāciju – gan lai emocionāli uzrunātu, gan lai demonstrētu pārmaiņas un stāstītu stāstus. Vizuālā komunikācija ir isākais ceļš uz izpratni. Kampaņām jābūt saprotamām bez vārdiem.

## Komunikācijas vēstījums

Komunikācijas vēstījuma formulēšana lielā mērā saucas ar kampaņas centrālo ideju, par kuru stāstīts iepriekšējā daļā, un tas saistīts ar kampaņā uzrunāto auditoriju.

**Informācija sabiedrībai kopumā būtu jāformulē vienkāršā un saprotamā veidā,** uzmanību piesaistoši un kā komunikācijas rīkus izmantojot paziņojumus preseī, publiskās uzrunas, reklāmu un informāciju plašsaziņas līdzekļos. Savukārt, lai attiecīgais temats tiktu aktualizēts lēmumu pieņēmēju lokā, zinātnieku un vai kampaņas oponentu vidū, tai jābūt izvērstākai un padziļinātai.

## Vizuālais tēls

Izstrādājot kampaņas vizuālos izteiksmes līdzekļus, var tikt izmantotas jau atpazīstamas ikonas, simboli vai objekti ar jau zināmu nozīmi. **Vizuālā valoda ir neatkarīga no rakstītā vārda.** Vizualizēt nozīmē nevis attēlot kampaņas saukli vai kādu tekstu, bet gan izvēlēties vienu būtiskāko ideju, kura gan ietver kampaņas problemātiku, gan darbojas asociatīvi, gan aicina uz rīcību. Ieteicams izvērtēt, kāds ir vizuālā materiāla konteksts un kādu ziņu tam vajadzētu paust. Ja iespējams, vēlams izpētīt, kā mērķauditorija vizuālo tēlu uztver un saprot.

## Sauklis

Labs sauklis ir būtisks komunikācijas elements, tas ir īss, un to ir viegli atcerēties. Sauklis var paust kādu vienu domu, bet tas ne vienmēr ietver visu kampaņas ideju. **Sauklis var paust attieksmi, aicināt uz rīcību, kā arī raisīt asociācijas un emocijas.**

## Biežāk sastopamās kļūdas komunikācijā

- Pārāk **liela koncentrēšanās uz sadarbību ar plašsaziņas līdzekļiem,** atstājot novārtā cilvēku pieredzes stāstus.
- Pārāk **daudz tiek izmantoti zinātniskie dati,** fakti, skaitļi, pārāk maz emociju un empātijas.
- Tā vietā, lai atspoguļotu, rādītu piemērus un aicinātu uz rīcību, **tiek doti padomi un pamācības.**
- **Pārāk liela koncentrēšanās uz organizācijas interneta vietni kā galveno kampaņas mediju,** mēģinot tajā izvietot visu iespējamo informāciju.
- **Maz pietiekami labu kampaņas vizuālo materiālu** – grafiskā dizaina elementu, fotogrāfiju, infografiku u. tml.
- **Pārāk maz izmantoti tie plašsaziņas līdzekļi, kurus izmanto kampaņas auditorija,** bet vairāk tie, kurus izmanto paši kampaņas organizatori.

### Noderīgi ieteikumi, organizējot komunikācijas kampaņu sabiedrības iesaistei atkritumu šķirošanas veicināšanā:

- identificējiet NVO, kurām “atkritumu tēma” arī aktuāla un kuras varētu iesaistīties komunikācijas veidošanā un vēstījumu raidīšanā, informējot savus organizācijas biedrus un plašāku auditoriju;
- organizējot aktivitātes, padomājiet par motivējošo/materiālo stimulu, piem., organizējot konkursus bērniem, — par balvām (kārumi, ceļojumi, atpūtas pasākumi vai citas noderīgas lietas);
- izskaidrojiet atkritumu šķirošanas nozīmīgumu, prasības un to, kādam pārstrādes veidam tie ir jā sagatavo:
  - informācija par to, kur, kā un kas tieši ir darāms, šķirojot atkritumus;
  - informācija par sekām, ja atkritumi netiek šķiroti vispār vai tiek šķiroti neatbilstošā kvalitātē;
- komunikācijā nepieciešams uzsvērt atkritumu ietekmi uz indivīdu vai viņa bērniem, nevis uz pasauli kopumā, jo cilvēki nevēlas iedziļināties kopējās problēmās un cenšas tās uz sevi neattiecināt;
- atkritumu apsaimniekošanas problēmatiku integrējiet tautsaimniecības nozarēs un mūžizglītības programmās;
- izmantojiet vienotu atkritumu šķirošanas simboliku un krāsu marķējumus šķirotu atkritumu konteineriem vienā pašvaldībā, reģionā vai pat valstī;
- atkritumu šķirošana bieži vien ir saistīta ar lojalitāti pret savu dzīvesvietu, tāpēc kā vienu no vērtībām komunikācijā var uzsvērt arī lokālpatriotismu;
- lai uzrunātu visus iedzīvotājus, centieties informāciju nodot ar simbolu un attēlu palīdzību.

### Latvijas nevalstisko organizāciju visbiežāk izmantotie informācijas izplatīšanas kanāli:

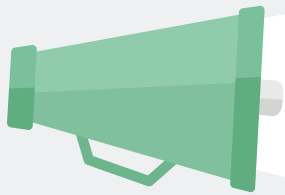
- **Jaunumu lapas** atbalstītājiem un interesentiem.
- **Drukātie materiāli** – skrejlapas, brošūras utt. – izplatīšanai vietās, kur pulcējas auditorija.
- **Reklāmas plakāti** ar īsiem un spilgtiem vēstījumiem pieturvietās un citur;
- **Interneta vietnes** izstrāde un tās sasaistīšana ar citām vietnēm.
- Īpaši kampaņai vai atsevišķiem pasākumiem izveidota **Facebook lapa**.
- **Uzlīmes** izmantošanai dažādās neparastās vietās.
- T krekli, nozīmītes un dažādi citi **suvenīri** izdarei pasākumos.
- Īsa **video** izstrāde, iekļaujot tajā kampaņas galvenos vēstījumus, video izvietošana sociālajos medijos, [youtube.com](https://www.youtube.com) vai [vimeo.com](https://www.vimeo.com), vai kādos citos interneta resursos.
- **Diskusiju** vai kāda cita formāta klātienē pasākumu organizēšana.
- **Intervijas** plašsaziņas līdzekļos – radio, televīzijā, interneta portālos.

### Kā pievērst plašsaziņas līdzekļu uzmanību

- Kampaņu uzsākot – lai būtu kāds īpašs **notikums**, kas pievērstu uzmanību.
- Plašākas sabiedrības **pulcēšanās** temata aktualizēšanai.
- Kāda **gadskārtēja** vai regulāra notikuma atzīmēšana.
- Paziņojums par kādas **jaunas apvienības, organizācijas dibināšanu**.
- Jauna lēmuma vai **likuma pieņemšana**.
- Aicinājums **iesaistīties sabiedrībai**.
- Kāda zinātniska **pētījuma vai atklājuma publiskošana**.
- Pasākums ar kādas **slavenības piedalīšanos**.
- Petīcijas vai **sadarbības memoranda parakstīšana**.
- **Politiku iesaistīšana** kampaņā, to iztaujāšana.
- Kāda **tieša rīcība**, akcija.

### Intervijas – tikai tad, ja tiešām ir, ko teikt

Intervijām vēlams rūpīgi sagatavoties, jo tā ir iespēja plašāk pastāstīt ne tikai par kampaņu, bet arī par problēmu kopumā. Sniedzot interviju, ir iespēja minēt vairāk faktu, skaitļu un pastāstīt arī kādus neparastus atgadījumus un iezīmēt gan organizācijas, gan atklājamās tēmas attīstību. Gatavojoties intervijai, vērts apziņāt arī oponentu viedokli, lai tas nav negaidīts pārsteigums, uz kuru nav sagatavota atbilde.



## DARBS AR PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻIEM

### Paziņojums presei

- **Formāts:** vēlams, ne vairāk kā viena A4 lapa.
- Aprakstošs, **saprotams virsraksts**, iekļaujot kādu uz rīcību aicinošu darbības vārdu.
- Nelietojiet profesionālo žargonu.
- Izplatīšanai lietojiet e-pastu.
- Paziņojumu presei vēlams publicēt **arī organizācijas interneta vietnē**, ievietojot gan vietnes saturā, gan kā Word vai līdzīga formāta dokumentu.
- Gadījumos, kad žurnālisti iepriekš jāsagatavo kādam notikumam, preses paziņojumam jāpievieno norāde ar tās publicēšanas datumu. Tas dod iespēju žurnālistiem sagatavoties notiekošajam.
- Ja nepieciešams, **pārliecinieties, vai informācija ir saņemta** un tā ir saprotama.

### Preses konference

- Ir precizēta **norise un galvenie vēstījumi**.
- Ir apzināti un **uzaicināti runātāji**, kas vislabāk un daudzpusīgāk spēs pastāstīt par problēmu (vēlams, ne vairāk kā trīs). Katram runātājam vajadzētu būt atšķirīgā lomā un **pārstāvēt dažādus viedokļus**, paužot tos skaidri, saprotami un īsi.
- Ir apzināti un **uzaicināti nepieciešamie plašsaziņas līdzekļu pārstāvji**.
- Konferences **norises laiks ir ērts plašsaziņas līdzekļiem**, lai sagatavotu informāciju ziņu izlaidumiem (labi, ja tas notiek ap plkst. 10.30 no rīta).
- **Atgādiniet** par preses konferenci **iepriekšējā dienā**.
- Informējiet visus runātājus un citus cilvēkus, kurus varētu intervēt plašsaziņas līdzekļu pārstāvji, par to, **kādu pozīciju viņiem būtu vēlams paust**.
- Rūpīgi **izskatiet konferences norisi** – pārliecināties, vai norises vietā viss ir sagatavots (tehniskais aprīkojums utt.).
- Nodrošiniet **tēju vai kafiju** pasākuma norises laikā, ja tā vēlaties.
- Sagatavojiet **sarakstu ar žurnālistiem**, kuri varētu atnākt uz konferenci.
- Nodrošiniet žurnālistus ar **papildu informāciju**, viņiem ierodoties uz konferenci.
- Sāciet un beidziet konferenci **laicīgi**.

- Uzsākot konferenci, tās vadītājam īsumā vajadzētu **iepazīstināt ar dalībniekiem un tēmas aktualitāti**, kā arī **ievadīt jautājumu daļu**.
- Atcerieties, ka jebkas, kas tiek teikts konferences laikā, var parādīties plašsaziņas līdzekļos, cenzūra nav iespējama.
- Var piedāvāt **atsevišķas intervijas** plašsaziņas līdzekļiem, bet tām jābūt saistītām ar kopējo tēmu.

Dažādu plašsaziņas līdzekļu izmantošanas tendences arvien vairāk attīstās par labu t. s. jaunažiem plašsaziņas līdzekļiem, tādiem kā internets (vietnes), e-pasts, sociālie portāli – *Twitter*, *Facebook*, *Youtube*, *draugiem.lv* u. tml., mobilie tālruni un to aplikācijas, kā arī dažādas starptautiskas platformas, kas veidotas daudzveidīgu sabiedriski aktuālu problēmu izgaismošanai un risināšanai. Jaunie plašsaziņas līdzekļi ne tikai piedāvā tehniskas iespējas izplatīt informāciju, bet arī paver nozīmīgas iespējas plašai auditorijai kļūt par satura veidotājiem.

### Jaunie plašsaziņas līdzekļi ir būtiski kampaņas norisē, jo:

- tie ir **globāli**, informācijas izplatīšana nav ierobežota, tie **pārvar attālumus un nojauc laika joslas** (videokonferences var samazināt ceļojumu izmaksas un līdz ar to arī CO<sub>2</sub>, e-pasta vēstules droši var rakstīt jebkurā laikā, nebaudoties, ka kāds tiks iztraucēts);
- tie ir salīdzinoši **lēti un ātri** (izmantojot e-pastu, vietnes, virtuālās kopienas, ziņu lapas, informācijas izsūtīšana nemaksā gandrīz neko);
- interaktivitāte nodrošina **divvirzienu komunikāciju** ar auditoriju;
- satura **izmaiņas ir viegli veicamas** – vēstījumu, vizualizāciju, ziņu plūsmu var viegli labot un ietekmēt;
- ir **laba informācijas pieejamība** – sasniedzamas gandrīz jebkuras bibliotēkas, datubāzes, iespēja operēt ar lielu informācijas apjomu, līdz ar to pieejama arī informācija par iepriekš notikušiem pasākumiem.

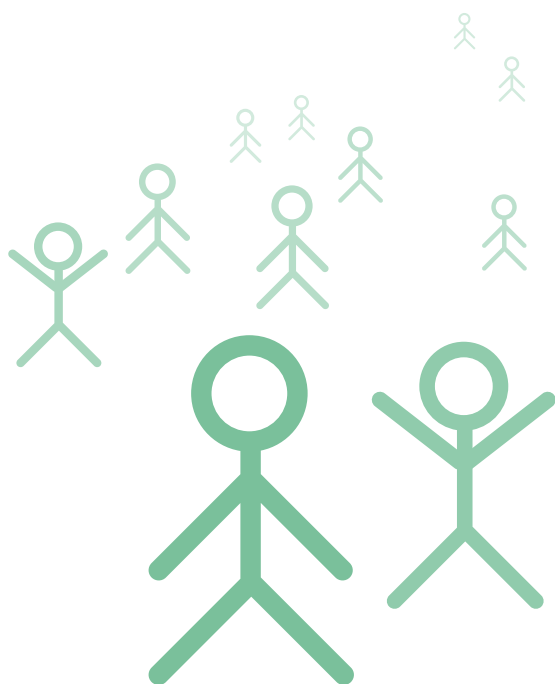
## PIEMĒRS

Kampaņas “Dalīsim brālīgi?” eksperimenta dalībnieki aktīvi komunicēja mikrobloga vietnē *Twitter*, kur viņi, lietojot mirkļbirku **#neizmetedienu**, gan dalījās savā eksperimenta gaitā iegūtajā pieredzē, gan iesaistījās arī plašākās diskusijās par šo un saistītām tēmām.

## PIEKTAIS SOLIS — KAMPAŅAS NORISE

Ikvienai organizācijai ir iepriekš uzstādīti mērķi, kurus tā vēlas sasniegt, metodes un veids, kā tiek panāktas pārmaiņas, un tām nevajadzētu būt pretrunā ar kampaņā paustajām vērtībām. Pārdomāti plānota kampaņa tās organizatoriem parādīs gan to, cik veiksmīgi darbojas organizācija, cik saskaņoti strādā tās darbinieki, cik pārdomāti tie spēj rīkoties neparedzētās situācijās un kā uztur un veido attiecības ar citām iesaistītajām organizācijām, indivīdiem, plašsaziņas līdzekļiem un uzņēmumiem.

Kampaņas norises gaitā var pienākt brīdis, **kad rodas šaubas, vai viss notiek pietiekami labi**, vai nav pieļautas kļūdas un, ja ir, vai tās ir iespējams labot. Var gadīties, ka kādu ārēju apstākļu dēļ nākas mainīt kampaņā ietvertās aktivitātes, komunikācijas stratēģiju vai partnerus. No šaubām un neziņas nevajadzētu baidīties. Tādus jautājumus kā “vai mums to vispār vajadzēja darīt?”, “vai šī kampaņa tiešām pauž mūsu organizācijas būtību?”, “kāpēc tik maz cilvēku iesaistās?”, “kāpēc ir tik maza plašsaziņas līdzekļu interese?”, “vai mēs esam pietiekami kompetenti, lai par šo tematu runātu?”, vajadzētu pieņemt kā daļu no kampaņas un censties konstruktīvi izvērtēt notiekošo. Kampaņu organizēšana prasa koncentrētu uzmanību un papildu resursus un bieži vien ir pārbaudījums pašai organizācijai.



### Atcerieties!

- **Ticība**, ka veicat sabiedrībai nozīmīgu darbu, palīdzēs gūt arī lielāku atbalstītāju pulku un saskatīt jaunas iespējas kampaņas norises gaitā.
- **Uzticieties savai kopienai** – organizācijas biedriem, ģimenēm, brīvprātīgajiem. Brīdī, kad rodas šaubas, pavaicāriet, kādas ir viņu domas par notiekošo.
- **Saglabāriet pozitīvu attieksmi** – pašiem kampaņas organizatoriem ir jābūt iedvesmotājiem un jārāda priekšzīme pārējiem!
- **Atcerieties par vērtībām**, kuras paši esat iepriekš izvirzījuši priekšplānā. Tās paturot prātā, būs vieglāk turpināt uzsākto.
- Ja kampaņas temats bijis aktuāls arī iepriekš, vērtīgi **analizēt, kāpēc kaut kas nav izdevies**.
- Nevajadzētu vadīties pēc plašsaziņas līdzekļu dienaskārtības, kampaņas **pamatā jābūt aktuālai ilgtermiņa problēmai**, nevis vienas dienas ziņai. Pārliecinieties un pārbaudiet vēlreiz faktus, nepaļaujoties uz ārējiem apstākļiem, kas var jebkādā veidā ietekmēt jūsu plānus.

Veiksmīgi saplānotas un realizētas kampaņas rādītājs ir **sasniegtie rezultāti**, tāpēc kampaņas norises gaitā vērts atcerēties sākotnēji definētos mērķus un informēt par panākumiem plašāku sabiedrību. **Iedzīvotāju aptauja** pēc kampaņas norises ir viens no rezultātu izvērtēšanas veidiem, kurš galvenokārt noderīgs, lai konstatētu, vai plašāka sabiedrība kampaņas ietekmē ir sākusi rīkoties citādi, ir labāk informēta utt., bet arī atsevišķu cilvēku pieredze ir gana noderīga, lai to izvērtētu un par to stāstītu plašāk.

Sociālais aktīvisms ir prieka un gandarījuma avots un pilsoniskās sabiedrības pamats. Lielisks piemērs tam ir Itālijā iedzīvinātā nulles atkritumu (angliski - *zero waste*) kustība, kuras līderis ir skolotājs Rossano Ercolini (*Rossano Ercolini*) un kurai dzīvību devuši paši Itālijas iedzīvotāji. Redzot, cik nesakārtota un korumpēta daudzus gadu desmitus bijusi Itālijas atkritumu apsaimniekošanas sistēma, Rossano kopā ar domubiedriem lielu daļu sava laika velta, lai izglītotu sabiedrību par iespējām samazināt atkritumus, paraudzīties uz tiem kā vērtīgiem resursiem un apzināties, ka atkritumi tāpat vien nekur nepazūd, tie piesārņo zemi un kaitē cilvēku veselībai, tāpēc gan katram individuāli, gan pašvaldībām un uzņēmumiem būtu jāsamazina atkritumu daudzums un jā rūpējas par to pienācīgu utilizēšanu. Rossano darbs augstu novērtēts arī starptautiski - 2013. gadā viņš saņēmis *Goldman* balvu (angliski - *The Goldman Environmental Prize*), kas par īpašiem panākumiem tiek piešķirta vides aktīvistiem visā pasaulē. Aktīva iesaistīšanās pārmaiņu veidošanā sniedz iespēju satikt līdzīgi domājošus un iedvesmojošus cilvēkus un ieraudzīt to cilvēces daļu, kuras ētika sniedz daudz tālāk par personīgā labuma gūšanu.

# Izmantotā un ieteicamā literatūra

- Beigl, P., Wassermann, G., Schneider, F. & Salhofer, S., 2003. The Use of Life Cycle Assessment Tool for The Development of Integrated Waste Management Strategies for Cities and Regions with Rapid Growing Economies LCA-IWM, Vienna.
- Cox, J. R., 2006. Environmental Communication And The Public Sphere, SAGE Publications.
- Lagzdiņa, E., Bendere, R., Ozola, A., Brizga, J., Kauliņš, J., 2010. Vides komunikācija un vides politikas integrācija, Rīga.
- LASA, 2005. Bioloģiski sadalāmo atkritumu apsaimniekošana. Rīga: Latvijas Atkritumu saimniecības asociācija.
- LASA, 2007. Latvijas Atkritumu saimniecības asociācija, Atkritumu saimniecība, Rīga.
- Mc Dougall, F., White, P., Franke, M. & Hindle, P., 2003. Integrated Solid Waste Management: a Life Cycle Inventory. In: Integrated Solid Waste Management: a Life Cycle Inventory. Blackwell Science, Oxford, England.
- Ricketts, A., 2012. The Activists Handbook: A Step By Step Guide to Participatory Democracy, Zed Books Ltd, London I New York.
- Rose, C., 2005. How To Win Campaigns: 100 Steps To Success, Earthscan, London.
- United Nations Framework Convention on Climate Change, National Inventory Submissions 2012, UNFCCC: [http://unfccc.int/national\\_reports/annex\\_i\\_ghg\\_inventories/national\\_inventories\\_submissions/items/6598.php](http://unfccc.int/national_reports/annex_i_ghg_inventories/national_inventories_submissions/items/6598.php) (skatīts 10.11.2013.).
- Virsmā, S., 2011. Degradējamā organiskā oglekļa daļas noteikšana apglabātos atkritumos. Rīga: Ziņojums.
- Williams, P. T., 2005. Waste Treatment and Disposal. 2nd ed. Chichester (West Sussex): John Wiley & Sons Ltd.

## Noderīgas saites

- Biedrība "homo ecos:" – pārtikas atkritumu samazināšanas kampaņa "Dalīsim brālīgi?":  
<http://www.homoecos.lv/lat/projekti/2013-partikas-atkritumi>
- Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija (atkritumu apsaimniekošanas sadaļa):  
[http://www.varam.gov.lv/lat/darbibas\\_veidi/apsaimniekosana/](http://www.varam.gov.lv/lat/darbibas_veidi/apsaimniekosana/)
- Centrālā statistikas pārvalde (atkritumu sadaļa):  
<http://www.csb.gov.lv/statistikas-temas/metodologija/sadzives-un-bistamie-atkritumi-37207.html>
- Latvijas Vides, ģeoloģijas un meteoroloģijas aģentūra (atkritumu sadaļa):  
<https://www.meteo.lv/lapas/vide/atkritumi/atkritumi?id=1115&nid=367>
- [www.atkritumi.lv](http://www.atkritumi.lv)

## 1. PIELIKUMS.

### FAKTORI, KAS IETEKMĒ ATKRITUMU APSAIMNIEKOŠANAS MODEĻA IZVĒLI

FAKTORS	PIEMĒRI
<b>Politiskās, vadības un institucionālās struktūras</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Vietējā un reģionālā politika, plānošana, stratēģija un stabilitāte</li><li>○ Sabiedrības atbalsts: sabiedrības līdzdalība lēmumu pieņemšanas procesā</li><li>○ Politiskais atbalsts</li><li>○ Vietējās pašpārvaldes forma</li><li>○ Institucionālā un administratīvā struktūra atkritumu apsaimniekošanai</li><li>○ Vadības personāla kapacitāte un mainība</li><li>○ Iekšējie kārtības noteikumi un teritorijas specifika</li></ul>
<b>Ekspluatācijas prasības</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Atkritumu pakalpojuma nodrošinājums attiecībā pret radīto atkritumu daudzumu</li><li>○ Infrastruktūra atkritumu pārstrādei un apglabāšanai un drošība</li><li>○ Esošie līguma nosacījumi un saistības</li><li>○ Ģeogrāfiskais stāvoklis un demogrāfiskā situācija</li><li>○ Atkritumu plūsmas sastāvs</li><li>○ Esošo tehnoloģiju aizstāšana ar labāku pieejamo tehnoloģiju – atbilstoši izmaksām</li></ul>
<b>Ekonomiskie un finansiālie faktori</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Iespējamie finansējuma fondi un subsīdijas</li><li>○ Esošās atkritumu saimniecības sistēmas izmaksas un citas atkritumu apsaimniekošanas iespējas</li><li>○ Labākā iespējamā tehnoloģija</li><li>○ Vietējo un reģionālo budžetu piesaistes iespējas</li><li>○ Ekonomiskie instrumenti, kas ietekmē atkritumu apsaimniekošanas izmaksas</li><li>○ Tarifa noteikšana par atkritumu apsaimniekošanas pakalpojumu</li><li>○ Tirgus otrreizējās pārstrādes materiāliem</li></ul>
<b>Normatīvie akti</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Attīstības plāni, vadlīnijas u. c., kuros norādīti atkritumu apsaimniekošanas mērķi</li><li>○ Starptautiskie, nacionālie, reģionālie un vietējie normatīvie akti</li></ul>
<b>Sociālie apsvērumi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Sabiedrības viedoklis un atbalsts atkritumu apsaimniekošanā reģionā</li><li>○ Sabiedrības līdzdalība lēmumu pieņemšanā</li><li>○ Sabiedrības iespējas piedalīties integrētā atkritumu apsaimniekošanā (kompostēšana, atkritumu pārstrāde u. c.)</li><li>○ Troksnis, vietējais piesārņojums, pieaugošais automobiļu skaits un satiksmes intensitāte</li><li>○ Sabiedrības pretestība – “tikai ne manā dārzā”</li></ul>

Avots: (Williams, 2005)

## 2. PIELIKUMS.

### DARBA GRUPU DALĪBNIEKU SARAKSTS

#### Darba grupa

##### “Dārza un pārtikas atkritumi kā resurss”

Rudīte Vesere, VARAM Vides aizsardzības departamenta direktore  
Sniedze Sproģe, Latvijas Pašvaldību savienības padomniece lauku attīstības jautājumos  
Daniels Trukšāns, Vides izglītības fonda Ekoskolu programmas koordinators  
Rūta Bendere, Latvijas Atkritumu saimniecības asociācijas vadītāja  
Ziedīte Lapīna, Mārupes novada Labiekārtošanas dienesta vadītāja  
Jānis Vālodze, Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācijas prezidents  
Miķelis Grīviņš, Baltijas studiju centra pētnieks  
Pēteris Paukšs, Lucavsalas kustības aktīvist  
Pēteris Liniņš, Latvijas Pārtikas federācijas jurists  
Santa Krastiņa, biedrības “homo ecos:” vadītāja  
Jānis Brizga, biedrības “Zaļā brīvība” valdes priekšsēdētājs  
Agīta Pusvilka, biedrības “homo ecos:” projektu vadītāja

#### Darba grupa

##### “NVO līdzdalība atkritumu saimniecības pārvaldībā pašvaldībā”

Aelita Grase, Tīnūžu pamatskolas direktore  
Aigars Umulis, Ikšķiles vidusskolas saimnieciskās daļas vadītājs  
Solvita Mežote-Bērziņa, biedrības “Ikšķiles Brīvā skola” pārstāve  
Edgars Pārupcis, Ogres novada pašvaldības Attīstības nodaļas projektu vadītājs  
Ilma Saulīte, SIA “Ķilupe” pārstāve  
Indra Leja, Ikšķiles novada pašvaldības Attīstības nodaļas vadītāja  
Inga Šulca, Ikšķiles novada pašvaldības sabiedrisko attiecību speciāliste  
Edgars Logins, biedrības “Apvienība iedzīvotāji” pārstāvis, Ikšķiles novada pašvaldības deputāts  
Janīna Liepiņa, Ikšķiles novada pensionāru biedrības “Saulgrieži” pārstāve  
Linards Liberts, SIA “Sula” valdes loceklis un biedrības “Ikšķiles pārmaiņu iniciatīva” biedrs  
Margarita Apine, biedrības “Zaļā skola” valdes priekšsēdētāja  
Roberts Viksne, Ikšķiles vidusskolas skolnieks  
Sabīne Vaivodiša, Ikšķiles vidusskolas skolniece  
Sanda Reikmane, PPII “Ķīparu nams” vadītāja  
Valda Krinkele, PII “Urdaviņa” direktore

#### Darba grupa

##### “NVO loma sabiedrības informēšanā un iesaistē par atkritumiem kā izmantojamiem resursiem”

Ilze Doniņa, VARAM Vides aizsardzības departamenta Vides kvalitātes un atkritumu apsaimniekošanas nodaļas vecākā referente  
Inese Vaivare, biedrības “Latvijas Platforma attīstības sadarbībai” izpilddirektore  
Zane Leimane, ZAAO sabiedrisko attiecību speciāliste  
Inga Šulca, Ikšķiles novada pašvaldības sabiedrisko attiecību speciāliste  
Ilze Grunskā, NVO “Vides izglītības fonds” projektu vadītāja  
Lolita Ozoliņa, komunikācijas aģentūras “Airport” klientu direktore, RSU pasniedzēja  
Zigurds Zaķis, komunikācijas stratēģis  
Selīna Vancāne, NVO “Latvijas Zaļā kustība” valdes priekšsēdētāja  
Lāsma Ozola, biedrības “homo ecos:” projektu vadītāja  
Santa Krastiņa, biedrības “homo ecos:” vadītāja

### 3. PIELIKUMS.

## NORMATĪVIE AKTI ATKRITUMU APSAIMNIEKOŠANAS JOMĀ

1. Latvijas Republikas Satversme (115. pants: "Valsts aizsargā ikviena tiesības dzīvot labvēlīgā vidē, sniedzot ziņas par vides stāvokli un rūpējoties par tās saglabāšanu un uzlabošanu").
2. Starptautiskie līgumi un Eiropas Parlamenta un Padomes (EK) direktīvas un regulas:
  - 1998. gada 25. jūnija Orhūsas konvencija (Konvencija par pieeju informācijai, sabiedrības dalību lēmumu pieņemšanā un iespēju griezties tiesu iestādēs saistībā ar vides jautājumiem);
  - 1994. gada 20. decembra Direktīva 94/62/EK par iepakojumu un izlietoto iepakojumu;
  - 1999. gada 26. aprīļa Direktīva 1999/31/EK par atkritumu poligoniem;
  - 2000. gada 4. decembra Direktīva 2000/76/EK par atkritumu sadedzināšanu;
  - 2003. gada 27. janvāra Direktīva 2002/96/EK par elektrisko un elektronisko iekārtu atkritumiem;
  - 2006. gada 15. marta Direktīva 2006/21/EK par ieguves rūpniecības atkritumu apsaimniekošanu;
  - 2006. gada 5. aprīļa Direktīva 2006/12/EK par atkritumiem;
  - 2006. gada 14. jūnija Regula (EK) Nr. 1013/2006 par atkritumu sūtījumiem;
  - 2006. gada 6. septembra Direktīva 2006/66/EK par baterijām un akumulatoriem, un bateriju un akumulatoru atkritumiem;
  - 2008. gada 19. novembra Direktīva 2008/98/EK par atkritumiem un dažu direktīvu atcelšanu.
3. Latvijas Republikas likumi:
  - 2001. gada 15. marta likums "Par piesārņojumu";
  - 2001. gada 20. decembra Iepakojuma likums\*;
  - 2004. gada 29. janvāra Nolietotu transportlīdzekļu apsaimniekošanas likums\*;
  - 2006. gada 2. novembra Vides aizsardzības likums;
  - 2010. gada 28. oktobra Atkritumu apsaimniekošanas likums\*.
4. Ministru kabineta noteikumi:
  - Ministru kabineta 2002. gada 2. aprīļa noteikumi Nr. 140 "Iepakojuma klasifikācijas un marķēšanas noteikumi";
  - Ministru kabineta 2003. gada 22. jūlija noteikumi Nr. 414 "Noteikumi par depoizta sistēmas piemērošanu atkārtoti lietojamam iepakojumam";
  - Ministru kabineta 2004. gada 17. februāra noteikumi Nr. 91 "Kārtība, kādā reģionālā vides pārvalde izdod tehniskos noteikumus paredzētajai darbībai, kurai nav nepieciešams ietekmes uz vidi novērtējums";
  - Ministru kabineta 2004. gada 23. marta noteikumi Nr. 157 "Kārtība, kādā veicams ietekmes uz vidi stratēģiskais novērtējums";
  - Ministru kabineta 2004. gada 27. jūlija noteikumi Nr. 626 "Noteikumi par piesārņojošas darbības izraisīto smaku noteikšanas metodēm, kā arī kārtību, kādā ierobežo šo smaku izplatīšanos";
  - Ministru kabineta 2004. gada 23. novembra noteikumi Nr. 962 "Valsts vides dienesta nolikums";
  - Ministru kabineta 2005. gada 25. oktobra noteikumi Nr. 804 "Noteikumi par augsnes un grunts kvalitātes normatīviem";
  - Ministru kabineta 2007. gada 9. oktobra noteikumi Nr. 689 "Noteikumi par valsts nodevu par paredzētās darbības ietekmes uz vidi sākotnējo izvērtējumu";
  - Ministru kabineta 2009. gada 17. februāra noteikumi Nr. 158 "Noteikumi par prasībām attiecībā uz vides monitoringu un tā veikšanas kārtību, piesārņojošo vielu reģistra izveidi un informācijas pieejamību sabiedrībai";
  - Ministru kabineta 2009. gada 3. novembra noteikumi Nr. 1293 "Kārtība, kādā atbrīvo no dabas resursu nodokļa samaksas par iepakojumu un vienreiz lietojamiem galda traukiem un piederumiem";
  - Ministru kabineta 2009. gada 3. novembra noteikumi Nr. 1281 "No bioplastmasas un oksī-sadalāmās plastmasas izgatavota iepakojuma un vienreiz lietojamo galda trauku un piederumu marķēšanas kārtība un uz šā iepakojuma un galda traukiem un piederumiem norādāmā informācija (marķējums) par materiālu veidu";
  - Ministru kabineta 2010. gada 19. oktobra noteikumi Nr. 983 "Noteikumi par izlietotā iepakojuma reģenerācijas procentuālo apjomu, reģistrēšanas un ziņojumu sniegšanas kārtību un iepakojuma definīcijas kritēriju piemērošanas piemēriem";
  - Ministru kabineta 2010. gada 30. novembra noteikumi Nr. 1082 "Kārtība, kādā piesakāmas A, B un C kategorijas piesārņojošas darbības un izsniedzamas atļaujas A un B kategorijas piesārņojošo darbību veikšanai";
  - Ministru kabineta 2011. gada 25. janvāra noteikumi Nr. 83 "Kārtība, kādā novērtējama paredzētās darbības ietekme uz vidi";
  - Ministru kabineta 2011. gada 15. marta noteikumi Nr. 200 "Paredzētās darbības akceptēšanas kārtība";



- Ministru kabineta 2011. gada 19. aprīļa noteikumi Nr. 300 "Kārtība, kādā novērtējama ietekme uz Eiropas nozīmes īpaši aizsargājamo dabas teritoriju (Natura 2000)";
- Ministru kabineta 2011. gada 19. aprīļa noteikumi Nr. 301 "Noteikumi par azbesta un azbesta izstrādājumu ražošanas radīto vides piesārņojumu un azbesta atkritumu apsaimniekošanu";
- Ministru kabineta 2011. gada 19. aprīļa noteikumi Nr. 302 "Noteikumi par atkritumu klasifikatoru un īpašībām, kuras padara atkritumus bīstamus";
- Ministru kabineta 2011. gada 26. aprīļa noteikumi Nr. 319 "Noteikumi par atkritumu reģenerācijas un apglabāšanas veidiem";
- Ministru kabineta 2011. gada 26. aprīļa noteikumi Nr. 323 "Noteikumi par elektrisko un elektronisko iekārtu ražotāju un bateriju vai akumulatoru ražotāju reģistrācijas kārtību un samaksu par datu uzturēšanu";
- Ministru kabineta 2011. gada 24. maija noteikumi Nr. 401 "Prasības atkritumu sadedzināšanai un atkritumu sadedzināšanas iekārtu darbībai";
- Ministru kabineta 2011. gada 21. jūnija noteikumi Nr. 470 "Derīgo izrakteņu ieguves atkritumu apsaimniekošanas kārtība";
- Ministru kabineta 2011. gada 21. jūnija noteikumi Nr. 484 "Bīstamo atkritumu uzskaites, identifikācijas, uzglabāšanas, iepakojšanas, marķēšanas un pārvadājumu uzskaites kārtība";
- Ministru kabineta 2011. gada 21. jūnija noteikumi Nr. 485 "Atsevišķu veidu bīstamo atkritumu apsaimniekošanas kārtība";
- Ministru kabineta 2011. gada 12. jūlija noteikumi Nr. 564 "Noteikumi par atkritumu apsaimniekošanas valsts un reģionālajiem plāniem un atkritumu rašanās novēršanas valsts programmu";
- Ministru kabineta 2011. gada 2. augusta noteikumi Nr. 598 "Noteikumi par atkritumu dalītu savākšanu, sagatavošanu atkārtotai izmantošanai, pārstrādi un materiālu reģenerāciju";
- Ministru kabineta 2011. gada 30. augusta noteikumi Nr. 667 "Noteikumi par valsts nodevu par apstiprinājuma vai piekrišanas izsniegšanu atkritumu pārrobežu pārvadājumiem un valsts nodevas maksāšanas kārtību";
- Ministru kabineta 2011. gada 13. septembra noteikumi Nr. 703 "Noteikumi par kārtību, kādā izsniedz un anulē atļauju atkritumu savākšanai, pārvadāšanai, pārkraušanai, šķirošanai vai uzglabāšanai, kā arī par valsts nodevu un tās maksāšanas kārtību";
- Ministru kabineta 2011. gada 27. septembra noteikumi Nr. 736 "Iepakojuma apsaimniekošanas padomes nolikums";
- Ministru kabineta 2011. gada 8. novembra noteikumi Nr. 861 "Noteikumi par elektrisko un elektronisko iekārtu kategorijām un par prasībām elektrisko un elektronisko iekārtu marķēšanai un informācijas sniegšanai";
- Ministru kabineta 2011. gada 22. novembra noteikumi Nr. 897 "Elektrisko un elektronisko iekārtu atkritumu apsaimniekošanas noteikumi";
- Ministru kabineta 2011. gada 22. novembra noteikumi Nr. 898 "Noteikumi par atkritumu savākšanas un šķirošanas vietām";
- Ministru kabineta 2011. gada 27. decembra noteikumi Nr. 1032 "Atkritumu poligonu ierīkošanas, atkritumu poligonu un izgāztuvju apsaimniekošanas, slēgšanas un rekultivācijas noteikumi";
- Ministru kabineta 2012. gada 24. janvāra noteikumi Nr. 71 "Kārtība, kādā tirdzniecības vietā vai speciāli izveidotā iepakojuma pieņemšanas punktā savāc iepakojumu, kuram nepiemēro depoizīta sistēmu";
- Ministru kabineta 2012. gada 3. aprīļa noteikumi Nr. 235 "Kārtība, kādā nosaka maksu par bīstamo atkritumu apglabāšanu";
- Ministru kabineta 2012. gada 22. maija noteikumi Nr. 353 "Ārstniecības iestādēs radušos atkritumu apsaimniekošanas prasības";
- Ministru kabineta 2013. gada 21. marta rīkojums Nr. 100 "Par Atkritumu apsaimniekošanas valsts plānu 2013.–2020. gadam";
- Ministru kabineta 2013. gada 2. aprīļa noteikumi Nr. 182 "Noteikumi par stacionāru piesārņojuma avotu emisijas limita projektu izstrādi";
- Ministru kabineta 2013. gada 2. aprīļa noteikumi Nr. 183 "Kārtība, kādā izstrādā pamatziņojumu par augsnes un pazemes ūdeņu piesārņojumu ar bīstamām ķīmiskām vielām iekārtas teritorijā";
- Ministru kabineta 2013. gada 2. aprīļa noteikumi Nr. 187 "Kārtība, kādā novērš, ierobežo un kontrolē gaisu piesārņojošo vielu emisiju no sadedzināšanas iekārtām";
- Ministru kabineta 2013. gada 25. jūnija noteikumi Nr. 337 "Noteikumi par atkritumu apsaimniekošanas reģioniem".

5. Pašvaldību saistošie noteikumi, piem., Rīgas domes 2013. gada 17. decembra "Sadzīves atkritumu apsaimniekošanas saistošie noteikumi".

---

Ar \* atzīmēti speciālie likumi. Tie izcelti tādēļ, ka gadījumos, kad kāda speciālā likuma tiesību norma ir pretrunā ar nozari vispārīgi regulējušu likumu, piem., ar likumu "Par vides aizsardzību", speciālā likuma normām tiek dota priekšroka.



homo ecos:  
daba-cilvēks-daba

## Biedrība “homo ecos:”

Vides organizācija „homo ecos:” dibināta 2007. gadā, un tās mērķis ir stiprināt sociālu kustību, kas atbalsta videi draudzīgu dzīvesveidu, kā arī rīkojas tā, lai saglabātu un saudzētu dabas resursus. Biedrība piedāvā platformu darbībai, sadarbībai un ideju īstenošanai vides izglītības un aizsardzības jomā; informē un izglīto sabiedrību par līdzsvarotu un ilgtspējīgu attīstību, īstenojot bērnu un jauniešu neformālās izglītības un pieaugušo izglītības aktivitātes; veido vides izglītības un informācijas centru kā resursu videi draudzīgu ideju attīstībai; sadarbojas ar citām organizācijām Latvijā un citās valstīs, piedāvājot un popularizējot risinājumus līdzsvarotai un ilgtspējīgai attīstībai; organizē brīvprātīgo darbu un veicina brīvprātīgo personisko izaugsmi, iesaistot biedrības aktivitātēs; īsteno biedru un domubiedru ilgtspējīgas attīstības iniciatīvas.

[www.homoecos.lv](http://www.homoecos.lv)



## Biedrība “Zaļā brīvība”

„Zaļā brīvība” ir nevalstiska vides aizsardzības organizācija, kas dibināta 1993. gadā ar mērķi attīstīt sabiedrību, kurā cilvēki dzīvo saskaņā ar sevi un apkārtējo vidi. Biedrība informē sabiedrību par patērētājiļozofijas un globalizācijas tendenču ietekmi uz dabu un sociālo vidi, veicina vides nevalstisko organizāciju līdzdalību nacionālo un starptautisko tiesību aktu izstrādāšanas, pieņemšanas un ieviešanas procesos un palīdz cilvēkiem efektīvi līdzdarboties lēmumu pieņemšanā par jautājumiem, kuri tieši vai netieši ietekmē viņu dzīvi, kā arī pretoties ļaunprātīgai varas izmantošanai.

[www.zalabriviba.lv](http://www.zalabriviba.lv)



## Biedrība “Latvijas Zaļā kustība”

Latvijas Zaļā kustība (LZK) ir atvērta un demokrātiska biedrorganizācija, kas apvieno vides aktīvistus, brīvprātīgos un ekspertus (5 reģionālajās nodaļās Latvijā), kuri vēlas aktīvi darboties, lai uzlabotu vides kvalitāti un nepieļautu noziedzīgus nodarījumus pret vidi. LZK jau 10 gadus darbojas sabiedrības interešu aizstāvībā un efektīvas līdzdalības veicināšanā, sniedzot konsultācijas un iesaistoties konkrētu problēmsituāciju risināšanā saistībā ar vides pārvaldības jautājumiem, tai skaitā popularizējot videi draudzīgu enerģiju un vērstoties pret liela mēroga neilgtspējīgiem projektiem, tādējādi veicinot ilgtspējīgu atjaunojamo energoresursu izmantošanu. Uzskatot, ka būtiski ir nodrošināt ciešu saikni starp nacionālā līmenī pieņemtajiem lēmumiem politikas plānošanas dokumentu vai normatīvo aktu veidā un procesiem vietējā līmenī, kā arī iedzīvotājiem, LZK darbības spektrā ietverti visi šie līmeņi. Iesaistoties starptautiskajos vides NVO tīklos, LZK arī izmanto iespējas lēmumu ietekmēšanai ES līmenī.

[www.zalie.lv](http://www.zalie.lv)

## **BEZ ATKRITUMIEM** **Vadlīnijas nevalstisko organizāciju kapacitātes stiprināšanai**

Autori: Jānis Brizga, Ināra Teibe, Agita Pusvilka, Lāsma Ozola, Māris Jansons


Izdevējs: biedrība "homo ecos:"

Redaktore: Anita Butāne

Datorsalikums un vizuālais noformējums: Marika Latsone

Tipogrāfija: Dardedze

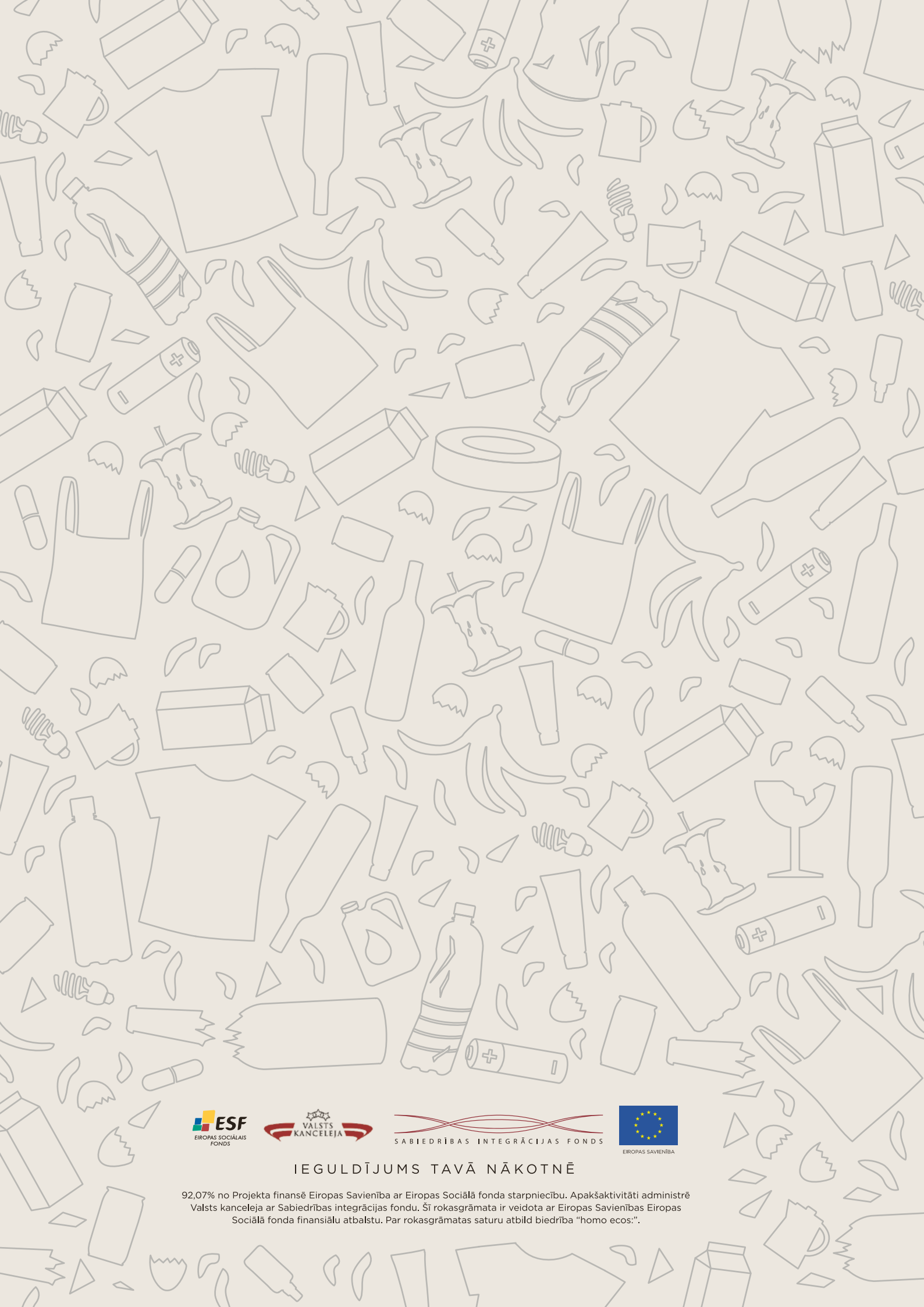
Materiāls izdots, izmantojot otrreizēji pārstrādātu papīru *Cyclus Offset*.

Šis darbs ir licencēts ar *Creative Commons 4.0*. 



ISBN 978-9934-14-183-6

Šo publikāciju ir atļauts pavairot un pielāgot pētniecības un izglītības mērķiem bez nolūka gūt peļņu, ar nosacījumu, ka tiek norādīta atsauce uz avotu.



## IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ

92,07% no Projekta finansē Eiropas Savienība ar Eiropas Sociālā fonda starpniecību. Apakšaktivitāti administrē Valsts kanceleja ar Sabiedrības integrācijas fondu. Šī rokasgrāmata ir veidota ar Eiropas Savienības Eiropas Sociālā fonda finansiālu atbalstu. Par rokasgrāmatas saturu atbild biedrība "homo ecos".