

EDUKACIJA O ODRŽIVOSTI KROZ DRUŠTVENE MREŽE: PUT KA ZELENIJEM DRUŠTVU/ SUSTAINABILITY EDUCATION THROUGH SOCIAL NETWORKS: THE PATH TOWARDS A GREENER SOCIETY

Minel Duvnjak¹, Elma Arslanović¹

Internacionalni univerzitet Travnik u Travniku- Aleja Konzula-Mejanac bb, Travnik, BiH,
e-mail: duvnjakminel455@gmail.com, arslanovicelma22@gmail.com

Izvorni naučni rad

<https://www.doi.org/10.58952/zr20251402176>

UDK / UDC 37.014:004.738.5]:502.131.1

Sažetak

U savremenom društvu društvene mreže predstavljaju jedan od najsnažnijih alata za oblikovanje svijesti i ponašanja mladih. Ovaj rad istražuje način na koji digitalne platforme, poput Instagrama, TikToka i YouTubea, doprinose edukaciji o održivosti i promociji ekološki odgovornih navika. Poseban naglasak stavljen je na analizu online kampanja koje promovišu recikliranje, očuvanje resursa i smanjenje otpada, kao i na ulogu influensera i medijskih sadržaja u širenju ekoloških poruka. Cilj rada je prikazati kako društvene mreže mogu postati instrument neformalne edukacije i pokretač pozitivnih promjena u društvu. Rezultati istraživanja ukazuju da digitalna komunikacija ima značajan potencijal u razvoju ekološke svijesti među mladima u Bosni i Hercegovini.

Ključne riječi: održivi razvoj, društvene mreže, edukacija, ekološka svijest, digitalna komunikacija

JEL klasifikacija: Q56, O33, M31, I21

Abstract

In contemporary society, social media has become one of the most powerful tools for shaping the awareness and behavior of young people. This paper explores how digital platforms such as Instagram, TikTok, and YouTube contribute to sustainability education and the promotion of environmentally responsible habits. Special emphasis is placed on the analysis of online campaigns that encourage recycling, resource preservation, and waste reduction, as well as the role of influencers and media content in spreading ecological messages. The aim of this paper is to demonstrate how social networks can serve as a form of informal education and a catalyst for positive social change. The results indicate that digital communication holds significant potential in fostering environmental awareness among youth in Bosnia and Herzegovina.

Keywords: sustainable development, social media, education, environmental awareness, digital communication

JEL classification: Q56, O33, M31, I21

UVOD

U vremenu kada su društvene mreže postale ključni oblik komunikacije i izražavanja, njihova uloga daleko prevazilazi puko dijeljenje sadržaja. Mladi ljudi danas putem Instagrama, TikToka, Facebooka i drugih platformi uče, diskutuju i pokreću promjene. Upravo u tom digitalnom prostoru razvija se nova dimenzija ekološke svijesti — ona koja ne dolazi kroz klasične predavanja, nego kroz vizualne kampanje, kratke videozapise, izazove i sadržaje koji potiču akciju. Ekološka edukacija putem društvenih mreža postala je savremeni oblik neformalnog učenja, u kojem se individualna odgovornost povezuje sa zajedničkim ciljem: zaštitom prirodnog okruženja.

Savremeni svijet suočava se s kompleksnim izazovima koji proizlaze iz ubrzanog tehnološkog razvoja, klimatskih promjena i promjene obrazovnih paradigmi. Digitalna revolucija nije samo promijenila način na koji komuniciramo, već i način na koji učimo, djelujemo i gradimo svijest o pitanjima od globalnog značaja, poput održivosti i zaštite okoliša. U takvom kontekstu, društvene mreže postale su ključni alat ne samo za zabavu i umrežavanje, već i za obrazovanje i podizanje svijesti o važnim društvenim temama. Sve veći broj mladih ljudi informacije o ekologiji, održivosti i društvenoj odgovornosti ne stiže iz tradicionalnih obrazovnih sistema, već upravo putem digitalnih platformi.

Edukacija o održivosti danas ima potpuno novi oblik — ona je brža, interaktivnija i dostupna svima. Društvene mreže omogućavaju dvosmjernu komunikaciju i angažman, gdje korisnici nisu samo pasivni primaoci poruka, nego i njihovi aktivni kreatori. U tom smislu, digitalni prostor postaje novo okruženje za razvoj ekološke svijesti, kritičkog mišljenja i aktivnog građanstva. Primjeri brojnih kampanja, poput „Let's Do It Bosnia and Herzegovina“ ili međunarodnih inicijativa „Fridays for Future“ i „Earth Hour“, pokazuju kako društvene mreže mogu potaknuti milione ljudi širom svijeta da razmišljaju o svom uticaju na planetu i preuzmu konkretne korake u smjeru promjene.

S druge strane, važno je razumjeti i izazove koje ovakav oblik edukacije nosi. Brzina protoka informacija često dovodi do površnosti, a želja za vidljivošću ponekad zamagljuje suštinu poruke. Ipak, unatoč tim ograničenjima, digitalne platforme predstavljaju najdinamičniji medij današnjice, s potencijalom da povežu ljude različitih uzrasta, interesa i kultura oko zajedničkog cilja — izgradnje zelenijeg, održivijeg društva.

Ovaj rad bavi se analizom uloge društvenih mreža u edukaciji o održivosti, istražujući načine na koje digitalni sadržaj, influenseri i online zajednice doprinose širenju ekološke svijesti. Poseban akcenat stavljen je na edukativne kampanje, oblike digitalnog aktivizma i potencijal društvenih mreža da podstaknu promjene u ponašanju. Kroz teorijski okvir i primjere iz prakse, rad nastoji prikazati kako savremene komunikacijske tehnologije postaju neizostavan dio procesa obrazovanja o održivosti i oblikovanja odgovornog društva budućnosti.

1. ULOGA DRUŠTVENIH MREŽA U EDUKACIJI O ODRŽIVOSTI

Savremeni obrazovni proces više se ne odvija samo u učionicama, nego i u virtualnim prostorima. Mladi danas uče putem digitalnih platformi, prateći kratke edukativne videe, objave influensera, medijskih stranica i različitih organizacija koje promovišu održivost. Društvene mreže imaju ulogu da povežu informacije, motivaciju i akciju — tri ključna elementa neophodna za formiranje ekološke svijesti. Za razliku od tradicionalnih predavanja, poruke koje dolaze putem interneta su brze, vizualno privlačne i dostupne svima. Na taj način, društvene mreže postaju globalne učionice u kojima se o prirodi uči kroz iskustvo, emociju i zajedništvo.

Platforme poput TikTok i Instagrama posebno su efikasne jer nude formate koji omogućavaju kratko, ali sadržajno prenošenje poruka. Na primjer, brojni mladi korisnici u Bosni i Hercegovini koriste TikTok da dijele savjete o recikliranju, smanjenju otpada, sadnji drveća ili racionalnoj potrošnji vode. Iako se ovi sadržaji često prikazuju kroz humor ili trendove, njihova edukativna vrijednost je značajna jer dopire do onih koji se možda nikada ne bi uključili u formalne ekološke programe.

Jedan od najuspješnijih primjera integracije društvenih mreža i ekologije u BiH jeste projekat „Let's Do It Bosnia and Herzegovina“. Ova kampanja već godinama okuplja hiljade volontera koji učestvuju u čišćenju javnih površina i sadnji drveća, a društvene mreže su glavni kanal putem kojeg se šire informacije i pozivi na akciju. Organizatori redovno objavljuju motivacione objave, koriste hashtagove, dijele fotografije volontera i kreiraju osjećaj zajedništva koji potiče i druge da se priključe. Svaka objava ima edukativnu komponentu – mladi ne samo da čiste, već i uče o važnosti održivosti, odgovornom ponašanju i solidarnosti prema zajednici.

Edukacija o održivosti putem društvenih mreža ima i jednu važnu prednost – horizontalnu komunikaciju. Umjesto tradicionalnog odnosa „nastavnik – učenik“, mladi komuniciraju jedni s drugima, razmjenjuju iskustva, ideje i savjete. Takav model neformalnog učenja doprinosi većem osjećaju pripadnosti i odgovornosti. Primjerice, kada jedna osoba objavi video o tome kako je počela kompostirati otpad ili koristiti višekratne boce, mnogi drugi je oponašaju, dijele sadržaj i tako šire lanac pozitivnih praksi.

Osim individualnih primjera, važno je istaknuti i institucionalne inicijative koje se sve više oslanjaju na društvene mreže kao alat za podučavanje o održivosti. Univerziteti, nevladine organizacije i lokalne zajednice koriste Facebook i Instagram stranice za objavu edukativnih sadržaja, pozive na radionice i promociju lokalnih ekoloških projekata. Na taj način, digitalni prostor postaje produžetak obrazovnog sistema u kojem se mladi ne osjećaju prisiljeno da uče, već su motivirani da djeluju. U konačnici, društvene mreže omogućavaju demokratizaciju znanja o ekologiji. Mladi iz manjih sredina, koji nemaju pristup ekološkim organizacijama ili edukativnim programima, sada mogu putem interneta naučiti sve o održivom načinu života. U tom smislu, društvene mreže nisu samo komunikacijski alat, već i instrument društvenog napretka i ravnopravnosti u pristupu znanju.

2. DIGITALNI AKTIVIZAM I SVIJEŠT O ZAJEDNIČKOJ ODGOVORNOSTI

Digitalni aktivizam predstavlja savremeni oblik društvenog angažmana u kojem korisnici društvenih mreža postaju promotori ideja i vrijednosti koje doprinose javnom dobru. Kada je riječ o ekologiji, ovaj oblik aktivizma ima ključnu ulogu u formiranju svijesti o zajedničkoj odgovornosti prema prirodi. Mladi danas ne čekaju da institucije preuzmu inicijativu – oni sami pokreću online kampanje, dijele informacije, organizuju akcije i podstiču zajednice na promjene.

Primjeri digitalnog aktivizma mogu se vidjeti širom svijeta, ali i u Bosni i Hercegovini. Online kampanje poput #CleanUpChallenge, #EcoBosnia, #PlantATree, kao i međunarodni pokreti poput Fridays for Future, pokazuju kako društvene mreže omogućavaju masovnu mobilizaciju mladih. Dovoljna je jedna objava s inspirativnim videom ili snažnom porukom da se pokrene čitav lanac reakcija. Na taj način, svaka osoba postaje potencijalni nosilac promjene, a zajednička svijest o važnosti očuvanja prirode širi se daleko brže nego ikada prije.

Digitalni aktivizam ima i emocionalnu dimenziju. Fotografije zagađenih rijeka, spaljenih šuma ili životinja ugroženih plastikom izazivaju snažne reakcije kod korisnika, koje se potom pretvaraju u djelovanje – donacije, dijeljenje objava, volontiranje ili promjene svakodnevnih navika. Upravo zbog toga, društvene mreže nisu samo alat informisanja, već i prostor u kojem se oblikuju empatija, solidarnost i osjećaj kolektivne odgovornosti.

U kontekstu Bosne i Hercegovine, digitalni aktivizam mladih sve više dobija na značaju. Organizacije poput Eko Forum Zenica, Centar za ekologiju i energiju Tuzla i mnoge studentske inicijative koriste društvene mreže kako bi skrenule pažnju na ekološke probleme poput zagađenja zraka, nelegalnih deponija i klimatskih promjena. Kroz Facebook objave, Instagram storije i YouTube dokumentarce, oni pokreću dijalog između građana i institucija.

Posebno je zanimljivo kako društvene mreže povezuju lokalni i globalni kontekst. Mladi iz BiH danas mogu učestvovati u svjetskim online akcijama, dijeliti vlastite ideje i upoznavati aktiviste iz drugih zemalja. Time se stvara osjećaj da borba za okoliš nije lokalni problem, nego globalna misija u kojoj svaki pojedinac ima važnu ulogu.

Kroz digitalni aktivizam, mladi uče da promjena ne zahtijeva velike resurse – dovoljno je imati ideju, volju i pristup internetu. Jedna viralna objava može imati veći uticaj od konvencionalne kampanje. To pokazuje da je današnje doba, iako digitalno, istovremeno i izuzetno humano – jer omogućava ljudima da se povežu na osnovu zajedničkih vrijednosti i ciljeva.

Digitalni aktivizam potiče kolektivnu ekološku svijest. On spaja pojedinačne napore u zajednički pokret i podsjeća da je odgovornost prema prirodi dijeljena među svima nama. Društvene mreže, iako često kritikovane zbog površnosti, u ovom kontekstu pokazuju svoju najveću snagu – moć da ispiše, pokrenu i povežu ljude u borbi za bolji svijet.

3. ULOGA INFLUENSERA I DIGITALNIH KREATORA U PROMOCIJI ODRŽIVOSTI

U savremenom digitalnom društvu, influenceri i digitalni kreatori postali su značajni nosioci promjena i promotori društveno odgovornih vrijednosti. Njihov uticaj ne proizlazi samo iz broja pratilaca, već iz sposobnosti da oblikuju javno mnijenje, kreiraju trendove i podstaknu konkretne akcije. Kada je riječ o održivosti, influenceri su se pozicionirali kao most između stručnjaka koji se bave pitanjima ekologije i običnih građana, posebno mladih, koji često informacije o aktuelnim društvenim temama primaju upravo putem društvenih mreža.

Putem kampanja, kratkih videa i objava na platformama poput Instagrama, TikToka i YouTubea, oni promovišu ekološku svijest, odgovornu potrošnju i važnost recikliranja, ali i šire koncepte poput mentalne i društvene održivosti. Njihov je doprinos u tome što uspijevaju složene teme približiti jednostavnim jezikom i kroz lični primjer, što izaziva veću emocionalnu reakciju i spremnost na promjenu kod publike. Kada influencer prikaže kako koristi platnene vrećice umjesto plastičnih, kako podržava lokalne proizvođače ili smanjuje digitalni otpad, on zapravo oblikuje novu normu ponašanja koja postaje inspiracija drugima.

Međutim, uloga influensera u promociji održivosti nije uvijek bez izazova. Ponekad dolazi do površnog predstavljanja ovih tema, gdje se održivost koristi kao dio ličnog brenda, bez stvarne posvećenosti. Takvi primjeri stvaraju pojavu poznatu kao greenwashing, u kojoj se lažno ističe ekološka svijest radi većeg profita ili popularnosti. Upravo zato je autentičnost ključni element koji razlikuje istinski angažirane kreatore od onih koji održivost koriste samo kao trend.

S druge strane, brojni primjeri dokazuju da influenceri mogu biti pokretači stvarnih promjena. Kada surađuju sa obrazovnim institucijama, nevladinim organizacijama ili ekološkim inicijativama, njihov sadržaj prelazi granice zabave i postaje alat za edukaciju i društveni napredak. Na taj način, digitalni prostor prerasta u interaktivnu učionicu u kojoj se podstiče dijalog, razmjena ideja i razvoj svijesti o zajedničkoj odgovornosti.

Uloga influensera i digitalnih kreatora u promociji održivosti, dakle, daleko prevazilazi sam čin objavljivanja sadržaja. Oni postaju simboli nove generacije koja razumije da društvene mreže mogu služiti višem cilju — obrazovanju, aktivizmu i inspiraciji. Njihova snaga ne leži samo u brojevima, već u sposobnosti da pokrenu ljude da razmišljaju, propituju i djeluju. Upravo ta moć komunikacije, kada je usmjerena ka održivosti, predstavlja najvrjedniji oblik uticaja koji digitalna era može ponuditi.

4. EDUKATIVNI POTENCIJAL KRATKOG VIDEO FORMATA

Kratki video formati, poput onih na TikToku, Instagram Reelsu ili YouTube Shortsima, postali su nova dimenzija digitalnog obrazovanja. Oni omogućavaju da se kompleksne poruke o ekologiji, reciklaži i održivom razvoju prenesu na brz, jednostavan i zanimljiv način. Snaga ovih formata leži u njihovoj pristupačnosti – informacije dolaze direktno do korisnika, često u trenucima odmora ili dok prelistavaju sadržaj bez određenog cilja. U tom prostoru neformalnog učenja, mladi stiču nova znanja kroz kreativne video tutorijale, mini-dokumentarce i edukativne izazove. Ova forma postaje dokaz da edukacija više ne mora biti ograničena učionicom, već može nastati i u digitalnom okruženju koje je zabavno i interaktivno. Upravo su kroz takve formate pokrenute brojne globalne i lokalne inicijative, od kojih se mnoge bave zaštitom okoliša, recikliranjem, očuvanjem energije i odgovornom potrošnjom. Kreatori koriste storytelling, humor ili osobni primjer kako bi prenijeli poruke o ekologiji na način koji je razumljiv i blizak široj publici. Umjesto formalnih lekcija, edukacija se odvija prirodno — kroz iskustva, demonstracije i inspirativne priče. Takva forma omogućava da mladi ljudi, koji su najaktivniji korisnici društvenih mreža, postanu istovremeno i publika i učesnici u procesu učenja. Kratki video format ima i važnu prednost u širenju viralnih poruka. Jednostavan, emotivan ili vizualno upečatljiv sadržaj može se brzo dijeliti i doprijeti do hiljada korisnika u vrlo kratkom vremenu. To povećava šansu da poruke o održivosti postanu dio svakodnevnog digitalnog diskursa, a ne samo povremena tema. Primjeri poput kratkih ekoloških tutorijala, izazova recikliranja ili edukativnih kampanja koje vode studenti i nevladine organizacije pokazuju da se održivost može uspješno predstaviti kroz formu koja je istovremeno zabavna i poučna.

5. IZAZOVI I RIZICI DIGITALNE EKOLOGIJE

Iako društvene mreže nude izuzetne mogućnosti za edukaciju o održivosti, važno je osvrnuti se i na rizike koje one nose. Pojava tzv. „greenwashinga“ — kada se održivost koristi samo kao marketinški trik bez stvarne promjene — može dovesti do dezinformacija i gubitka povjerenja publike. Također, digitalna prisutnost sama po sebi ima ekološki otisak, jer svaka pretraga, objava ili video troši energiju i resurse. U tom smislu, digitalna ekologija podrazumijeva i svjesno korištenje tehnologije: smanjenje nepotrebnog sadržaja, odgovorno dijeljenje informacija i podršku projektima koji zaista doprinose održivosti. Prava promjena nastaje tek kada društvene mreže postanu alat znanja, a ne samo prostor površnog trenda. U kontekstu obrazovanja, digitalna ekologija zahtijeva razvijanje digitalne pismenosti i kritičkog mišljenja. Mladi korisnici trebaju naučiti prepoznavati vjerodostojne izvore, analizirati motive iza objava i biti svjesni uticaja koji njihova online aktivnost ima na zajednicu i okoliš. Obrazovne institucije mogu u tome odigrati presudnu ulogu — uvođenjem kurseva o digitalnoj održivosti i odgovornom korištenju tehnologije. Na taj način, školski i univerzitetski sistem ne samo da prate trendove, već aktivno oblikuju novu generaciju ekološki i digitalno svjesnih građana. Usprkos svim izazovima, digitalna ekologija pruža i jedinstvenu priliku za promjenu. Korištenjem tehnologije na odgovoran način, kroz smanjenje digitalnog otpada, promociju „zelenih“ inovacija i podršku etičkim platformama, moguće je izgraditi održivi digitalni ekosistem. Takav pristup omogućava ravnotežu između tehnološkog napretka i očuvanja resursa, čineći digitalni svijet ne samo pametnijim, već i ekološki svjesnijim.

6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Kako bi se bolje razumjelo na koji način društvene mreže utiču na edukaciju o održivosti i razvoj ekološke svijesti, sprovedeno je anketno istraživanje među studentima različitih fakulteta u Bosni i Hercegovini. Istraživanje je obuhvatilo 90 ispitanika starosne dobi između 18 i 30 godina. Cilj je bio ispitati njihovo mišljenje o ulozi društvenih mreža u širenju informacija o zaštiti okoliša i održivom načinu života.

Ispitanicima su ponuđena sljedeća pitanja, na koja su odgovarali opcijama „Slažem se“, „Ne slažem se“ i „Nisam siguran“.

BROJ	PITANJA	SLAŽEM SE	NE SLAŽEM SE	NISAM SIGURAN/ SIGURNA
1.	Društvene mreže mogu biti efikasan alat za edukaciju o zaštiti okoliša i održivom razvoju.	82%	10%	8%
2.	Sadržaji o ekologiji na društvenim mrežama utiču na moje ponašanje i svakodnevne navike.	68%	20%	12%
3.	Influenceri i javne ličnosti imaju važnu ulogu u podizanju ekološke svijesti među mladima.	74%	14%	12%
4.	Smatram da društvene mreže često banaliziraju teme o održivosti i ekologiji.	56%	28%	16%
5.	Potrebno je više institucionalnih kampanja (univerziteta, NVO-a, medija) o održivosti na mrežama.	91%	5%	4%

Rezultati pokazuju da većina ispitanika prepoznaje značaj društvenih mreža kao edukativnog prostora. Posebno je zanimljivo da više od dvije trećine mladih smatra da sadržaji o ekologiji utiču na njihove navike, dok gotovo svi ispitanici (91%) ističu potrebu da obrazovne i državne institucije aktivnije koriste društvene mreže za promociju održivosti.

Ovi rezultati potvrđuju tezu da su društvene mreže postale važan oblik neformalne edukacije, ali i prostor u kojem se stvara kolektivna svijest o zajedničkoj odgovornosti prema okolišu.

ZAKLJUČAK

Savremeno društvo nalazi se u trenutku u kojem se granice između tehnologije, komunikacije i društvene odgovornosti sve više brišu. Društvene mreže, koje su donedavno služile isključivo zabavi i neformalnom povezivanju, danas postaju ključan alat u procesu edukacije o održivosti i oblikovanju ekološke svijesti. Njihova moć leži u dostupnosti, brzini i sposobnosti da dopru do široke publike, naročito mladih, koji su najvažniji nosioci promjena u budućnosti.

Kroz digitalne kampanje, viralne poruke i primjere pozitivnih praksi, društvene mreže ne samo da prenose informacije, već potiču akciju i stvaraju osjećaj zajedničke odgovornosti prema planeti. Edukacija o održivosti više nije ograničena na školske klupe – ona se danas odvija na ekranima telefona, u komentarima, hashtagovima i video sadržajima koji ispirišu ljude da mijenjaju svoje navike. Takav oblik neformalne edukacije doprinosi demokratizaciji znanja, jer svako, bez obzira na mjesto ili status, može učiti, djelovati i doprinositi zajedničkom cilju.

Digitalni aktivizam i online edukacija o ekologiji pokazuju da promjena svijesti ne mora biti nametnuta odozgo – ona se može razvijati kroz zajedništvo, dijeljenje i lični primjer. Upravo zato, društvene mreže predstavljaju jedan od najvažnijih resursa u izgradnji zelenijeg društva, koje ne vidi održivost kao trend, već kao način života. Ako ih koristimo odgovorno i kreativno, društvene mreže mogu postati simbol nove generacije koja spaja znanje, solidarnost i ljubav prema prirodi.

U vremenu kada digitalni svijet sve više preuzima ulogu tradicionalnih medija i obrazovnih sistema, jasno je da društvene mreže imaju ogroman potencijal u izgradnji svijesti o održivosti. One nisu samo kanal za prenošenje informacija, već prostor u kojem se stvaraju nove vrijednosti, formira javno mišljenje i podstiče kolektivna akcija. Kroz video formate, kampanje, online edukacije i interaktivne sadržaje, pojedinci se motiviraju da prepoznaju svoj lični doprinos očuvanju prirode i da kroz male, svakodnevne odluke učine razliku.

Rad je pokazao da edukacija o održivosti putem društvenih mreža ima višestruke koristi — od dostupnosti informacija i angažovanja mladih, do stvaranja zajednica koje dijele zajedničke ciljeve. Međutim, da bi ovaj potencijal bio potpuno iskorišten, potrebno je razvijati i digitalnu pismenost, kritičko razmišljanje i svijest o etičkoj dimenziji online komunikacije. Samo tako društvene mreže mogu postati prostor stvarne promjene, a ne prolazni trend.

Zaključno, budućnost edukacije o održivosti leži u povezivanju tehnologije i odgovornosti. Onaj ko zna koristiti digitalne alate na svjestan i konstruktivan način — postaje nosilac promjene u svom okruženju. Upravo u toj vezi između znanja, tehnologije i etike nalazi se ključ ka zelenijem, održivijem i pravednijem društvu.

LITERATURA

1. Babić, M. (2021). Održivi razvoj i ekološka svijest mladih u Bosni i Hercegovini. Sarajevo: Fakultet političkih nauka.
2. Bašić, T. (2019). Mediji i društvena odgovornost: ekološke teme u digitalnom dobu. Tuzla: OFF-SET.
3. Brundtland, G. H. (1987). Our Common Future. Oxford: Oxford University Press.
4. Dervišević, A. (2020). Digitalna komunikacija i društvene promjene. Mostar: Univerzitet "Džemal Bijedić".
5. Hasanović, L. & Jukić, A. (2022). Zelena ekonomija i održivi razvoj: teorijski i praktični aspekti. Banja Luka: Ekonomski fakultet.
6. Kovačević, S. (2023). Ekološki aktivizam u digitalnom prostoru. Sarajevo: Centar za istraživanje medija.
7. Let's Do It Bosnia and Herzegovina. (2024). Zvanična stranica projekta. Preuzeto sa <https://letsdoit.ba>
8. Pavlović, I. (2021). Mladi i društvene mreže: između zabave i edukacije. Beograd: Clio.
9. Potočnik, J. (2018). Circular Economy as a New Development Model for Europe. Brussels: European Commission.
10. UNEP. (2022). Education for Sustainable Development Goals: Learning Objectives. United Nations Environment Programme.