

*Формирование стратегии
популяризации и пропаганды
энергосбережения*

Составил: А.П. Мароко

Энергосбережение — это организационная, научная, практическая, информационная деятельность государственных органов, юридических и физических лиц, направленная на снижение расходов (потерь) топливно-энергетических ресурсов в процессе их добычи, переработки, транспортировки, хранения, производства, использования и утилизации. Энергосбережение с каждым годом становится все более актуальной проблемой.

Ограниченность энергетических ресурсов, высокая стоимость энергии, негативное влияние на окружающую среду, связанное с ее производством, — все эти факторы приводят к альтернативе: разумнее снижать потребление энергии, нежели постоянно увеличивать ее производство. Человечество постепенно осознает необходимость перехода как в глобальном масштабе, так и в каждом конкретном месте и случае от потребительского отношения к природе к совместному, гармоническому развитию природы и общества. Энергосбережение — процесс многогранный, он охватывает разные сферы человеческой деятельности. По сути, это образ жизни народа, общества, вырабатывающий определенный психологический алгоритм поведения. Каким будет будущее нашей страны — во многом зависит от ценностных основ поведения, которые закладываются в сознание детей в дошкольном возрасте и в школе. Несомненно, роль в этом процессе занимают экологическое образование и воспитание, а также привитие навыков бережного отношения к энергоресурсам, которыми располагает человечество.

Цели и задачи популяризации и пропаганды энергосбережения и повышения энергетической эффективности

Популяризация и пропаганда является неотъемлемой частью деятельности по энергосбережению и повышению энергетической эффективности, и при грамотном применении позволяет достичь гораздо более высоких результатов. Пропаганда - особый род социальной

деятельности в виде целенаправленного распространения знаний, идей, информации для формирования определенных взглядов, представлений, оказания влияния на поведение людей, социальных групп. То есть, каждый участник процесса производства и потребления энергетических ресурсов должен быть проинформирован о том, что он может и должен сделать для повышения эффективности функционирования энергетической системы в целом, у него должно сформироваться представление, что его участие в процессе энергосбережения позволит получить определенные как личные, так и общественные выгоды.

Основной целью пропаганды и популяризации является формирование и стимулирование позитивного общественного мнения о большой социальной значимости и экономической целесообразности процесса энергосбережения и повышения энергетической эффективности, а также обеспечение всех заинтересованных лиц информацией о возможных путях участия в этом процессе.

Основными задачами популяризации и пропаганды энергосбережения и повышения энергетической эффективности является:

- информирование всех заинтересованных лиц о программах в области энергосбережения и повышения энергоэффективности, об изменениях и дополнениях в действующем законодательстве в этой области, а также о лучшем практическом опыте в области энергосбережения и повышения энергоэффективности;

- обеспечение информационной и методической поддержки населения, бюджетных и коммерческих организаций по вопросам выполнения мероприятий в области энергосбережения и повышения энергоэффективности (организация энергетических обследований, оснащения приборами учета, энергосервисной деятельности, обучения ответственных лиц и прочих мероприятий);

- информационное обеспечение энергопотребителей и руководителей, ответственных за принятие инвестиционных решений, о возможностях и

выгодах экономии энергии, наличии и стоимости различных типов энергосберегающего оборудования, приборов и услуг по энергосбережению;

- организация консультирования потребителей энергии о путях и инструментах максимально эффективного сбережения энергоресурсов.

Еще одной важнейшей составляющей информационной деятельности является мониторинг, оперативное получение объективных данных о ходе выполнения запланированных энергосберегающих мероприятий с целью координации, управления и организации эффективного контроля за их осуществлением и распространения опыта, а так же выявления возможных барьеров и их устранения.

Таким образом, необходим методический подход к организации популяризации и пропаганды энергосбережения и повышения энергетической эффективности, требующий определенных знаний в данной области, и предусматривающий проведение широкого комплекса разнообразных информационных и агитационных мероприятий, включая централизованное распространение информации о развитии энергосберегающих проектов, целесообразности применения энергоэффективных технологий, принятия определенных организационно-управленческих решений или выполнения мероприятий на уровне индивида или организации.

Анализируя современное состояние пропаганды энергосбережения, можно отметить следующие недостатки:

- недостаточное использование средств массовой информации для пропаганды преимуществ энергосберегающего стиля хозяйствования;
- ограниченное использование Интернет-технологий;
- ограниченность информации о реальной, а не рекламной оценке энергоэффективности тех или иных приборов, технологий и оборудования;
- низкий уровень образования в сфере энергосбережения, отсутствие подготовленных специалистов в этой области;
- отсутствие организованной на региональном и местном уровне

работы по распространению знаний об энергосберегающих технологиях, обмену опытом внедрения новых материалов, приборов и технологий;

- отсутствие системы пропаганды энергосберегающего поведения.

Обязанности органов исполнительной власти по популяризации энергосбережения

Нормативно-правовые основы популяризации и пропаганды энергосбережения и повышения энергетической эффективности были заложены федеральным законом № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности». В частности, глава 6 «Информационное обеспечение мероприятий по энергосбережению и повышению энергетической эффективности» обозначает основные обязанности органов исполнительной власти по популяризации и пропаганде в данной сфере. Статья 22 определяет, что информационное обеспечение мероприятий по энергосбережению и повышению энергетической эффективности должно осуществляться регулярно посредством:

- 1) опубликования органами государственной власти, органами местного самоуправления в средствах массовой информации региональных, муниципальных программ в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности;
- 2) организации органами государственной власти, органами местного самоуправления распространения в средствах массовой информации тематических теле- и радиопередач, информационно-просветительских программ о мероприятиях и способах энергосбережения и повышения энергетической эффективности;
- 3) информирования потребителей об энергетической эффективности бытовых энергопотребляющих устройств и других товаров, в отношении которых установлены требования к их обороту на территории Российской Федерации, а также зданий, строений, сооружений и иных объектов, связанных с процессами использования энергетических ресурсов;

4) организации выставок объектов и технологий, имеющих высокую энергетическую эффективность».

В целях соблюдения интересов государства и достижения общественно полезных целей в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности, а также осуществления информационного обеспечения мероприятий по энергосбережению и повышению энергетической эффективности органы государственной власти, органы местного самоуправления обязаны обеспечить регулярное распространение:

- 1) информации об установленных законодательством Российской Федерации правах и обязанностях физических лиц, о требованиях, предъявляемых к собственникам жилых домов, собственникам помещений в многоквартирных домах, лицам, ответственным за содержание многоквартирных домов;
- 2) социальной рекламы в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности в порядке, установленном законодательством Российской Федерации».

Мероприятия по популяризации и пропаганде энергосбережения и повышения энергетической эффективности для организаций бюджетной сферы должны включать следующие направления:

- информирование и консультирование о возможных путях экономии энергетических ресурсов в организации (приобретение оборудования с более высоким классом энергоэффективности, установка и своевременная поверка приборов учета энергетических ресурсов и т.п.);

- информирование и консультирование о методике разработки программы ресурсосбережения и повышения энергетической эффективности в отношении конкретной организации;

- информирование о последних изменениях в законодательстве относительно проведения энергетических обследований и составлении энергетических паспортов;

- информирование о реализации на территории региональных и муниципальных программ в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности.

Главное, при разработке и реализации вышеперечисленных мероприятий сделать упор на две составляющие:

- проинформировать о требованиях, предъявляемых к собственникам жилых домов, собственникам помещений в многоквартирных домах, лицам, ответственным за содержание многоквартирных домов, руководителям организаций бюджетной сферы и другим категориям в отношении выполнения законодательства по энергоэффективности, а также об ответственности за неисполнение этого законодательства;

- разъяснить экономические, экологические и социальные личные и общественные преимущества участия в мероприятиях по энергосбережению и повышению энергетической эффективности.

***Инструменты популяризации и пропаганды энергосбережения и
Инструменты популяризации и пропаганды энергосбережения и
повышения энергоэффективности***

К инструментам популяризации и пропаганды энергосбережения и повышения энергетической эффективности можно отнести:

- создание тематических теле- и радиопередач, информационно-просветительских программ о мероприятиях и способах энергосбережения и повышения энергетической эффективности, о выдающихся достижениях, в том числе зарубежных, в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности и иной актуальной информации в данной области;

- размещение статей в газетах и других печатных, в том числе специальных, изданиях о передовых технологиях в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности и иной актуальной информации в данной области;

- распространение информации в сети Интернет о разрабатываемых и реализуемых региональных и муниципальных программах энергосбережения и повышения энергетической эффективности, о действующем законодательстве в данной сфере, о мероприятиях и способах энергосбережения и повышения энергетической эффективности и т.п.;

- организацию выставок, семинаров, конференций различного уровня по вопросам энергосбережения и повышения энергетической эффективности;

- организацию обучения и повышения квалификации руководителей и работников предприятий и организаций различных форм собственности и различных сфер деятельности по вопросам энергосбережения и повышения энергетической эффективности;

- включение специальных курсов в процесс обучения школьников и студентов по вопросам энергосбережения и повышения энергетической эффективности.

В то же время, необходимо руководствоваться рядом принципов, позволяющих сделать кампанию по популяризации и пропаганде энергосбережения и повышения энергетической эффективности более действенной. Прежде всего, предлагаемые мероприятия по энергосбережению не должны восприниматься целевой аудиторией, как призыв к аскетизму и ограничению, учитывая сложившееся традиционное отношение к энергоресурсам, как к круглосуточно доступным и потребляемым практически безмерно. Должна быть решена сверхсложная задача - устранить прежние убеждения и внедрить в сознание новые ценности, т.е. создать привычку в массовом сознании задумываться о последствиях простых и привычных действий каждого человека, т.е. сделать энергосбережение осознанным выбором.

Чтобы обойти и использовать защитные психологические барьеры в своих целях, пропаганда должна соответствовать следующим требованиям:

1. Быть направленной на конкретную целевую аудиторию;
2. Привлекать внимание этой аудитории и соответствовать ее интересам;

3. Преодолеть шум, исходящий от других сообщений, с помощью повторения;

4. Соответствовать представлениям целевой аудитории и избегать конфликтной информации;

5. Удовлетворять интересы и потребности данной целевой аудитории.

Для пропаганды энергосбережения и повышения энергетической эффективности важной задачей является подавление психологического сопротивления человека внушению.

К технике пропаганды относятся массовые мероприятия, во время которых популярные, пользующиеся авторитетом в данном регионе или муниципальном образовании люди произносят со сцены слоганы, определяющие энергосбережение, например, как заботу о своей среде обитания и ее экологической чистоте, что на эмоциональном уровне закрепляется в массовом сознании и в последствии будет определять образ поведения человека.

Техника воздействия на людей сильно различается в зависимости от целевой аудитории. Самый большой эффект, особенно на людей старшего поколения, домохозяйек, оказывают, как ни странно, циркулирующие в обществе мифы, слухи и сплетни. Отсюда вытекает, что эффективное информационное воздействие на человека осуществляется не непосредственно от средств массовой коммуникации, а через значимых для него, знакомых ему авторитетных людей («лидеров мнения») - трансляторов мнений и слухов.

Один из самых эффективных способов пропаганды - неустанное повторение одних и тех же утверждений, чтобы к ним привыкли и стали принимать не разумом, а на веру. Человеку всегда кажется убедительным то, что он запомнил, даже если запоминание произошло в ходе чисто механического повторения рекламного ролика или назойливой песенки.

Энергорасточительство в глазах общественности надо искусственно привязывать к чему-то такому, что воспринимается массовым сознанием как

очень плохое, например, как отсутствие патриотизма, загрязнение общегородской среды обитания или следствие противозаконных действий. И наоборот, энергосбережение связывать с чистым воздухом, социальной защищенностью бедных слоев, надежностью энергоснабжения.

Еще один метод воздействия - социальное одобрение - один из психологических автопилотов. Согласно этому принципу мы определяем, что является хорошим и правильным, наблюдая, что считают хорошим и правильным другие люди. Вариантом социального одобрения выступает т.н. рейтингование - публикация социологических рейтингов с целью убедить нас, что определенные идеи разделяет большинство населения (или наоборот - не одобряет определенные действия). Социологические опросы чаще всего являются лишь способом формирования общественного мнения, а не его реальным отражением, т.е. разновидностью пропаганды. Вопросы формулируются таким образом, чтобы создать у аудитории «правильный» взгляд на ту или иную проблему. Они направляют ход размышлений в конкретном направлении. Этот механизм так же применим для продвижения маркировки товаров, продвижения конкретного энергосберегающего оборудования (например, энергосберегающих ламп), причем воздействие может осуществляться как на отдельных людей, так и на группы (управляющие компании, ТЖС и т.д.).

Люди, выступающие в каком-либо действе в качестве участников, в большей степени меняют свои взгляды в пользу мнения, рекомендуемого его сценарием, чем пассивные наблюдатели происходящих событий. Это установили многочисленные психологические эксперименты. Иллюзия участия в дискуссии по какой-либо актуальной проблеме приводит к большему изменению мнений и установок, нежели простое пассивное восприятие информации.

Разработка плана популяризации энергосбережения на уровне региона

Разделы по популяризации и пропаганде энергосбережения и повышения энергоэффективности входят составной частью в соответствующие муниципальные и региональные программы.

Основными направлениями деятельности в таких разделах являются:

1. Создание системы отчетности, анализа и мониторинга, а также информационной системы в области энергосбережения и повышения эффективности использования энергии;

2. Проведение обучения специалистов органов исполнительной власти, органов местного самоуправления, организаций с участием представителей государства и муниципальных образований, ответственных за энергосбережение и повышение энергетической эффективности, и специалистов других организаций по вопросам повышения эффективности использования энергии;

3. Содействие формированию бережливой модели поведения населения, включая создание набора инструментов для информирования граждан о возможных типовых решениях по энергосбережению и повышению энергетической эффективности;

4. Пропаганда в средствах массовой информации идеи энергосбережения и повышения эффективности использования энергии.

Для реализации выше поставленных задач необходимо выполнить следующие мероприятия:

- создать рабочую группу;
- назначить ответственных;
- составить план работы;
- разработать собственную программу энергосбережения;
- разработать систему отчета и контроля;
- определить источники финансирования мероприятий.

После чего ответственные за энергосбережение и повышение энергетической эффективности лица приступают к выполнению следующих задач по направлениям:

- сбор и систематизацию статистической и аналитической информации о реализации мероприятий Программы;

- внедрение информационных технологий и обеспечение их применения в целях управления реализацией Программы и контроля за ходом выполнения мероприятий Программы, обеспечение размещения в сети Интернет текста Программы, нормативных правовых актов по управлению реализацией Программы и контролю за ходом выполнения ее мероприятий, а также материалов о ходе и результатах реализации Программы, осуществление информационного обеспечения специализированного сайта в сети Интернет;

- формирование аналитической информации о реализации мероприятий Программы и подготовка отчетности о реализации Программы;

- осуществление технологического, информационного, консультационного и экспертного сопровождения реализации Программы и информационное обеспечение мероприятий по энергосбережению и повышению энергетической эффективности;

- обучение руководителей учреждений бюджетной и жилищной сферы по использованию различных финансовых механизмов для реализации мероприятий по энергосбережению;

- обучение специалистов по самостоятельному внедрению и разработке мероприятий по энергосбережению;

- формирование культуры энергопотребления на школьных уроках, особенно тех, где речь идет об энергии, экономике, ресурсах и жизнеобеспечении;

- организация обучения элементам этих курсов школьных преподавателей естественных дисциплин;

- проведение конкурсов детских творческих работ и педагогических разработок в сфере энергосбережения. Привлечение внимания педагогов и детей к проблеме разумного и рационального использования энергии, а через детей влияние оказывается на членов их семей;

- информирование потребителей энергии о региональных программах в области энергосбережения и повышения энергоэффективности, об изменениях и дополнениях в действующем законодательстве в этой области, а также о лучшем практическом опыте в области энергосбережения и повышения энергоэффективности;

- обеспечение методической поддержки бюджетных и коммерческих организаций по вопросам выполнения мероприятий в области энергосбережения и повышения энергоэффективности (организация энергетических обследований, оснащения приборами учета, энергосервисной деятельности, обучения ответственных лиц и прочих мероприятий);

- организация консультирования потребителей энергии по вопросам максимально эффективного сбережения энергоресурсов;

- осуществление взаимодействия с региональными СМИ (средства массовой информации) в целях пропаганды энергоэффективности и энергосбережения.

В процессе взаимодействия со средствами массовой информации (СМИ) (газеты, радио, ТВ) необходимо:

- разработать медиа-план, в котором будут указаны названия СМИ и сроки, в которые будут выходить информационные сообщения;

- разрабатывать планы статей и пресс-релизы на тему энергоэффективности и энергосбережения, любым доступным способом (с помощью почты, электронной рассылки или факса) разослать пресс-релизы адресатам из списка СМИ;

- готовить сценарии видеосюжетов на тему энергоэффективности и энергосбережения, разместить на местном телевидении;

- подготовить сценарии аудиосюжетов на тему энергоэффективности и энергосбережения, разместить материал на местных радиостанциях.

В процессе использования сети интернет необходимо:

- создать интернет-страницы, посвященные энергосбережению и энергоэффективности, на сайтах муниципальных образований области, предприятий и учреждений;

- обеспечить формирование и пополнение актуальной новостной ленты по следующим темам: «Технологические новости», «Новости энергокомпаний», «Экологические новости», «Календарь мероприятий по энергосбережению», «Пропаганда и обучение в области энергоэффективности и энергосбережения», «Энергоаудит и энергосервисные услуги» и другие.

Список используемой литературы

1. Федеральный закон РФ от 23 ноября 2009 года № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

2. Постановление Правительства РФ от 25.01.2011 г. № 20 «Об утверждении Правил представления федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления информации для включения в государственную информационную систему в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности».

3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 3 апреля 2013 года № 512 –р «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Энергоэффективность и развитие энергетики"».

4. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 1 декабря 2009 г. №1830-р «О плане мероприятий по энергосбережению и повышению энергетической эффективности в Российской Федерации, направленных на реализацию Федерального закона "Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации"».

5. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 27 декабря 2010 г. № 2446-р Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности на период до 2020 года» (в последней редакции).

6. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 13 ноября 2009 г. N1715-р «Об энергетической стратегии России на период на период до 2030года».

7. ГОСТ Р 51388—99 Энергосбережение. Информирование потребителей об энергоэффективности изделий бытового и коммунального назначения. Общие требования.

8. Щербаков Е. «Экономя киловатты, ты даёшь на фронт гранаты» «Сибирский энергетик» вспомнил советский опыт пропаганды энергосбережения //Сибирский энергетик от 23.11.12.

9. Методические материалы по вопросам энергосбережения (для бюджетных учреждений) //Министерство промышленности и энергетики Красноярского края.

10. Пропаганда энергосбережения для населения» // Информационный ресурс: <http://www.energsovet.ru/stenergo.php?idd=65>

11. Словарь терминов //Информационный ресурс: государственная информационная система в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности: <http://gisee.ru/>

12 Плакаты и ролики по пропаганде энергосбережения //Информационный ресурс: <http://www.energy43.ru/about-energy/popular/>

13. Пропаганда энергосберегающего оборудования //Ассоциация РАТЕК. Информационный ресурс: <http://www.promo.hdf>