

Панферова Марина Олеговна

канд. экон. наук, доцент

Рогачева Ирина Игоревна

магистрант

ФГБОУ ВО «Тульский государственный университет»

г. Тула, Тульская область

ПРОПАГАНДА И ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ ГОСУДАРСТВОМ

***Аннотация:** в статье рассматриваются инструменты воздействия для грамотного внедрения концепции по информированию граждан Российской Федерации, что в последующем может сформировать «энергоэффективную культуру поведения» социума и обеспечит информацией о новейших энергоэффективных технологиях и оборудовании производителей.*

***Ключевые слова:** пропаганда, популяризация, энергосбережение, механизмы воздействия, энергоэффективность.*

Концепция энергосбережения появилась впервые во Франции, ещё в предвоенной Европе. В тот период предложение услуг по энергосбережению собственникам жилых и промышленных строений, с условием их оплаты из средства достигнутой экономии ресурсов, стало революционным и никак не имело аналогов во всем мире. В России в советский период вопрос разумного и бережливого отношения к энергоресурсам был только лишь на уровне общегосударственной социальной рекламы (пропаганды). Впервые внезапная необходимость соблюдать экономию энергии, в особенности электрической, назрела в период Великой Отечественной войны – ресурсы нуждались в первую очередь для оборонных компаний, так как от их деятельности зависела, без преувеличения, судьба целого государства. Беречь резервы, к слову, призывали в абсолютно всех странах. В тот период, уже под исход войны, возник лозунг: «Экономя киловатты, ты даёшь на фронт гранаты».

В настоящее время, не у всех пользователей энергоресурсами, а особенно у бытовых потребителей, есть понимание, что энергоресурсы – это в первую очередь товар. Пользователь хочет получить качественный товар по доступной цене и в срок, но мало кто задумывается, что любой товар должен быть вовремя оплачен.

Поначалу понятие «пропаганда» использовалось с целью обозначения проповеднической работы, прочерчиваемой церковной верой. В последующем упор стал делаться на ее политическо-идеологические функции. В настоящее время «пропаганда» нередко снабжается стабильным отрицательным содержанием, потому как рассматривается равно как метод манипулирования социальным сознанием в целях достижения узкополитических целей, удовлетворения коллективных заинтересованностей. Следовательно, неудивительно, что популяризация подразумевается, как регулируемое распространение сознательно искривленных взглядов, исполняемое с целью подтолкнуть людей к поступкам, отвечающим предварительно запланированным целям заинтересованных групп. В этом смысле популяризация противопоставляется агитации.

Популяризация и распространение данных осуществляется в процессе прямого коммуникативного контакта (межличностного взаимодействия, влияния на незначительные либо довольно существенные категории людей в момент собраний или митингов), либо в процессе опосредованного влияния, при помощи ресурсов общественной коммуникации. Последний метод наиболее результативен, потому как в данном случае популяризация включает немалую аудиторию и тем самым гарантируется ее требуемая многочисленность. Аналогичным методом, с целью пропаганды необходимо присутствие идеи, целевой аудитории и средств, чтобы довести идею до целевой аудитории. Результативность пропаганды обусловливается числом привлечённых сторонников. В случае если их число значительно меньше того, что планировалось привлечь, допускается заявлять о неэффективности пропаганды. Пропаганда энергосбережения просто необходима в нашей стране.

Россия обладает внушительными резервами энергетических ресурсов, которые являются основой развития экономики государства, инструментом проведения внутренней и внешней политики.

Значимость государства на всемирных энергетических рынках во много зависит от количества запасов ресурсов в стране. Энергосбережение – это не столько сохранение энергоресурсов, однако и их разумное применение. Следует донести как до индивидуальных потребителей, так и до организаций, значимость и потребность разумного применения энергоресурсов, показать все плюсы нынешних энергосберегающих технологий и событий.

С целью преодоления психологической защиты, которую выстраивает человек, осознано пытаясь оградиться от пропаганды, следует создать определенное настроение с синхронной передачей пропагандистской информации. По этой причине популяризация к энергосбережению никак не должна восприниматься народом, как обращение к аскетизму и ограничению, принимая во внимание сформировавшейся классический подход к энергоресурсам как к круглосуточно легкодоступным и потребляемым без ограничений ресурсам.

Должна быть решена архисложная цель – устранить прежний подход и ввести в понимание новейшие значения, т.е. сформировать привычку размышлять о последствиях простых и привычных операций каждого человека, и таким образом сделать сбережение осмысленным выбором.

Механизмами воздействия пропаганды являются, во-первых, средства массовой информации (теле- и радиовещание, печатные издания, журналы). Во-вторых, использование рекламных площадок (перетяжки, щиты, автотранспорт). В-третьих, сеть Интернет. Это информационное пространство может послужить хорошей площадкой для изучения, освоения и какой-либо информации по данной тематике. Также возможно воздействие посредством применения печатной продукции (листовок, буклетов, брошюр).

Привлечение людей в качестве участников в том или ином действии меняет их убеждения больше, нежели у бездейственных созерцателей, например, состоя-

зания энергосберегающих проектов на уровне муниципалитета, компании, учебного заведения, введение уроков энергосбережения в школах, при этом, ребята после проведения урока должны участвовать в соревновании рисунков либо сочинений.

Для преодоления эмоциональной защиты, которую выстраивает человек, осознанно стараясь оградиться от пропаганды, следует сформировать определенное состояние с синхронной передачей пропагандистских данных.

Принимая во внимание сформировавшееся классическое отношение к энергоресурсам как к легкодоступным и потребляемым без ограничений ресурсам, должна быть решена сверхсложная цель – ликвидировать былое отношение и ввести в понимание новые ценности, т.е. сформировать привычку размышлять о последствиях элементарных и привычных операций любого лица, и, соответственно, сделать сбережение осмысленным выбором.

Список 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 реа-

лизацию 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 посл. ред.).

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. – 23.11.2012. – №44 (309).

9. Пропаганда энергосбережения для населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.energsovet.ru/stenergo.php?idd=65>

10. Плакаты и ролики по пропаганде энергосбережения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.energy43.ru/about-energy/popular/>