

# ЦЕЛЕВАЯ ГРУППА ПО УСТОЙЧИВЫМ ОБРАЗАМ ЖИЗНИ



REGERINGSKANSLIET

Ministry of the Environment  
Sweden





## Содержание

В данной брошюре представлена деятельность Целевой группы по устойчивым образам жизни, которую с 2005 по 2009 гг. возглавляла Швеция. Целевая группа была создана для поддержки работы в области устойчивого потребления и производства (УПП) и обеспечения материалов для развития десятилетних рамочных программ УПП. Полный отчет Целевой группы опубликован по адресу [www.unepie.org/scp/marrakech/Task Forces/lifestyles.htm](http://www.unepie.org/scp/marrakech/Task Forces/lifestyles.htm)

Манифест устойчивых образов жизни	1
Так что же представляет из себя Целевая группа по устойчивым образам жизни?	2
В чём заключаются устойчивые образы жизни?	4
Зачем нам нужно вести устойчивые образы жизни?	5
Понимание устойчивых образов жизни	6
Понимание существующих точек зрения	8
Поддержка социальных инноваций	10
Деловое обоснование устойчивых образов жизни	11
Успешное взаимодействие	14
Куда дальше?	18



**ЛЮДИ НЕ ХОТЯТ СЛУШАТЬ,  
ЧТО «У НАС ПРОБЛЕМА  
С ПЕРЕМЕНОЙ КЛИМАТА»,  
ОНИ ХОТЯТ СЛЫШАТЬ, КАКИМИ  
СПОСОБАМИ ЕЁ МОЖНО РЕШАТЬ.**

АВСТРАЛИЯ, GSSL 2010 Г.

## Манифест устойчивых образов жизни

В манифесте заложены ключевые рекомендации Целевой группы по обеспечению более устойчивых образов жизни. Он основывается на уроках, извлечённых из нашего текущего опыта, и демонстрирует наш взгляд на путь к лучшему, более устойчивому будущему.

- 1. Энтузиазм и вдохновение.** Цель заключается в том, чтобы передать, что собой представляют устойчивые образы жизни и какая от них польза. Такие изменения не требуют значительных личных жертв или огромных расходов, не ущемляют свободу личности и не подрывают развитие государства. При этом, они ведут к созданию более здоровых, сплочённых и стабильных сообществ и сфер обитания. Идея должна быть положительной. Она должна подчеркивать пользу, которую мы получаем, а не то, от чего отказываемся.
- 2. Создание структур поддержки.** Изменения поведения будут эффективными только тогда, когда у людей появятся средства, позволяющие делать выбор в пользу экономически приемлемых альтернатив. Это могут быть инновационные продукты и услуги или улучшения инфраструктуры, например, велосипедные полосы движения, разъяснение преимуществ устойчивого развития или онлайн-сеть для обмена опытом. Создание возможностей для изменений столь же важно, как и их поощрение.
- 3. Празднование успехов.** По всему миру ведётся удивительная работа, нацеленная на то, чтобы помочь нам сделать свою жизнь более устойчивой. Сделано уже многое, и это заслуживает празднования. Радясь достигнутым успехам, можно вдохновлять на участие отдельных людей и целые сообщества. Ведь остается еще так много работы для отдельных лиц, сообществ и предприятий.
- 4. Сосредоточение усилий.** Работа, проделанная Целевой группой за последние четыре года, охватывает широкий спектр областей. Целенаправленная работа, проводимая на твердой основе понимания, необходима для достижения столь важных изменений в образе жизни.
- 5. Формирование партнерства.** Люди разнообразны и сложны, а образы жизни — еще в большей степени. Приобретение необходимых связей и опыта для реализации устойчивого образа жизни требует значительного времени и усилий. Совместная работа отдельных людей и организаций, обладающих различными знаниями, навыками и связями, способна обеспечить гораздо большие результаты, чем разрозненные усилия.



СКОТТ УОЛЛЭС (SCOTT WALLACE) / ВСЕМИРНЫЙ БАНК

## Так что же представляет собой Целевая группа по устойчивым образам жизни?

Целевая группа по устойчивым образам жизни была сформирована в 2005 году при неоценимой поддержке со стороны Отдела технологий, промышленности и экономики ЮНЕП (ОТПЭ). Она занималась изучением способов вовлечения людей, организаций гражданского общества и правительств в продвижение дела устойчивого образа жизни, обеспечения необходимых для этого ресурсов, популяризации примеров и поощрения. Для этого подбирались примеры передовых практик деятельности из развитых и развивающихся стран и осуществлялась поддержка новых проектов, что позволяло заполнять пробелы в знаниях. Полученные уроки применимы и к другим странам и культурам. Наряду с новыми сферами для дальнейшей работы они составляют вклад Целевой группы в десятилетнюю структуру программ по устойчивому потреблению и производству.

### Марракешский процесс.

В 2002 году участники Всемирного саммита по устойчивому развитию призвали международное сообщество ускорить переход к устойчивым моделям потребления и производства (УПП). Йоханнесбургский план по выполнению решений, принятых на саммите, поощряет и содействует разработке десятилетних рамочных программ для поддержки региональных и государственных инициатив и по ускорению этого процесса.

Ряд заинтересованных сторон собрались в Марракеше в 2003 году для обеспечения поддержки УПП и разработки десятилетних рамочных программ.

Они инициировали Марракешский процесс, вылившийся в серию консультаций, форумов, диалогов, совместных проектов и целевых групп.

С 2005 года было создано семь международных целевых групп по конкретным тематикам УПП в целях поощрения деятельности, поддержки реализации УПП и внесения соответствующего вклада в десятилетние рамочные программы. Одной из них является международная Марракешская Целевая группа разработки устойчивого образа жизни, возглавляемая шведским министерством охраны окружающей среды.

Десятилетние рамочные программы будут рассматриваться Комиссией ООН по устойчивому развитию в сессиях в 2010 и 2011 годах.

Девять проектов Целевой группы охватывают мероприятия в 43 странах во всех регионах мира с публикацией адаптированных к местным культурам и условиям материалов на 11 языках. Работа Целевой группы была сосредоточена на том, как направлять и обеспечивать ресурсы для устойчивого образа жизни в сферах социальных инноваций, связи, образования, маркетинга, рекламы и научных исследований. Целевая группа также принимала участие в международных и региональных конференциях для взаимодействия с другими задействованными субъектами и дальнейшего стимулирования устойчивого образа жизни и устойчивого потребления.

#### Девять проектов Целевой группы:

##### Распространение информации об устойчивости.

Основанное на реальных руководстве по поддержке национальных и местных правительств для создания эффективных общественных кампаний по претворению в жизнь изменений.

##### Творческие сообщества.

Исследования по выявлению рекомендаций для разработки социальных инноваций, рассчитанных на широкие массы, с целью популяризации устойчивого образа жизни в городских условиях. Основное внимание уделяется быстро развивающимся странам, где в ответ на новые экономические, социальные и экологические проблемы разрабатываются наиболее интересные нововведения.

##### Глобальный опрос по устойчивым образам жизни.

Это первый исследовательский проект по вопросам устойчивого образа жизни, осуществляемый на таком уровне. Опрос, который собирает информацию о мнениях проживающих в городской среде молодых людей

(от 18 до 35 лет), об их текущем образе жизни, надеждах на будущее и реакциях на устойчивые образы жизни, проводится в 20 странах и охватывает все регионы.

##### Межкультурные классы-побратимы.

Повышение осведомленности об образе мышления, основанном на жизненных циклах — один из ключевых аспектов устойчивых образов жизни среди преподавателей и студентов во всех регионах Америки, использующих новые методы обучения.

##### Обзор литературы по устойчивым образам жизни.

Приобретение четкого понимания сути понятия «образ жизни» и факторов, влияющих на них, а также накопление средств и методик, доступных для продвижения устойчивых образов жизни.

##### Деловое обоснование для устойчивых образов жизни.

Серия из семи буклетов, в которых объясняется, почему и как предприятия могут воспользоваться имеющимися возможностями для ведения устойчивого образа жизни.

##### Расширение деятельности – совместная программа ЮНЕП и ЮНЕСКО YouthXchange.

Привлечение молодежи к устойчивому образу жизни и обеспечение возможности принимать решения по важным для них вопросам.

##### Устойчивое предпринимательство в африканских университетах.

Сочетание обучения по вопросам устойчивых образов жизни и навыков по развитию бизнеса в целях содействия успешной и устойчивой предпринимательской деятельности в университетах Египта, Кении, Танзании, Мозамбика и Маврикия.

##### Инструменты для курсов рекламы и маркетинга.

Обеспечение следующего поколения специалистов в области маркетинга, рекламы и коммуникаций пониманием и инструментами, позволяющими им учитывать устойчивое развитие в своей профессиональной карьере.



## В чём заключаются устойчивые образы жизни?

Образ жизни определяет нас и отличает друг от друга. Он заключается в том, как мы живем, чем занимаемся, с кем, где, как и что мы для этого используем. В это понятие входит всё: от пищи, которую мы едим, до способов взаимодействия с окружающими и средств передвижения.

Образ жизни является частью нашей индивидуальности; через него мы выражаем окружающим свои политические предпочтения, социальное положение и психологические устремления.

На формирование образа жизни влияет целый ряд факторов. Своими корнями они уходят в культуру, политику, экономику и социальные устои. Чтобы устойчивые образы жизни вошли в нашу культуру и общество, стали частью нашей повседневной жизни, необходимо разрабатывать их на всех уровнях. Необходимо обеспечивать соответствующие ресурсы, поощрять их посредством социальных и технических систем и учреждений, окружающих нас. Люди будут готовы пересесть со своих машин на общественный транспорт только при наличии эффективной и экономичной системы общественного транспорта.

Устойчивый образ жизни также способствует положительному развитию. По своей природе он оказывает положительное экологическое, социальное

и экономическое воздействие, позволяющее нам продвигаться к достижению «целей развития тысячелетия» ООН и обеспечению всеобщих прав человека. Экологический образ жизни предоставляет развивающимся странам возможность «проскочить» неэффективные, загрязняющие окружающую среду и, в конечном счете, дорогостоящие этапы развития. Такой скачок позволяет странам сразу встать на путь эффективного использования ресурсов и устойчивого развития.

### Устойчивые образы жизни

Для Целевой группы устойчивый образ жизни означает переосмысление нашего поведения, подхода к покупке продуктов потребления и организации повседневной деятельности. Речь также идет об изменении наших способов общения, обмена информацией и идеями, обучения и формирования личности. Для этого необходимо преобразовать наше общество и жить в гармонии с природной средой.

Мы – граждане, и многие из наших решений дома и на работе, касающиеся использования электроэнергии, транспорта, питания, отходов, общения и солидарности, способствуют укреплению устойчивого образа жизни. Свой вклад способен внести каждый сектор общества.

## Зачем нам нужно вести устойчивые образы жизни?

Перед нами стоит выбор. Мы можем создавать места, принципы и меры, повышающие всеобщее качество жизни. Мы можем поощрять взаимодействия и обсуждения, просвещающие и обогащающие жизнь окружающих. И все это мы можем делать, способствуя решению глобальных проблем изменения климата, утраты биологического разнообразия и недавнего финансового кризиса, усиливающих социальную напряженность и нехватку ресурсов. Мы можем прилагать усилия к поощрению и формированию устойчивого образа жизни, или же мы можем продолжать вести свой обычный образ жизни, зная, чем это нам угрожает.

Пришло время сделать этот выбор. Потребление традиционно считается двигателем экономического роста и развития и потому располагается в самом сердце нашей экономики. Однако современные глобальные экологические, экономические и социальные проблемы показывают, что наши модели производства и потребления неустойчивы. Нам потребуется пять планет, чтобы каждый мог потреблять, как средний житель Северной Америки, и вести такой образ жизни.<sup>1</sup> Но у нас есть всего одна, которая с каждой секундой ухудшается, загрязняется и разрушается.

Мы вступаем во вторую декаду нового тысячелетия, и одной из наших главных задач является оказание помощи развивающимся странам в удовлетворении их основных потребностей. «Развитие» и «процветание»

стали синонимами роста потребления, так как развивающиеся страны стремятся двигаться по тому же пути, что и развитые. Всемирный класс потребителей в настоящее время насчитывает 1,7 миллиарда человек, причём почти половина из них проживает в развивающихся экономиках.<sup>2</sup> Люди всегда рассматривали потребление как средство самореализации и общественного признания — необходимое условие для счастья.

Современные исследования показывают, что увеличение ВВП не обязательно делает нас более счастливыми и довольными.<sup>3</sup>

Однако потребление — сила, остающаяся неравномерно распределенной, отражая огромный дисбаланс между развитыми и развивающимися странами. Миллиарды людей на планете не имеют возможности потреблять достаточно для удовлетворения своих основных нужд. Около 800 млн. человек страдают сейчас в мире от голода — это больше, чем все население Европы. Приоритетом является удовлетворение основных нужд, но в глобально взаимосвязанном мире преобладает стремление как можно быстрее добиться образа жизни, свойственного развитым странам.

Необходимо найти новые способы жизни, которые бы не подрывали основу нашего существования. Требуется более эффективные способы удовлетворения потребностей населения. Требуется новый образ жизни. Это не только ответственность, но и возможность.

<sup>1</sup> Всемирный фонд дикой природы: отчет «Живая планета» (Living Planet) (2006 г.).

<sup>2</sup> Европейское агентство по окружающей среде: Бытовое потребление и окружающая среда (2005 г.). Копенгаген, Европейское агентство по окружающей среде: 72.

<sup>3</sup> Согласно индексу «Счастливая планета» (Happy Planet Index) организации «Фонд новой экономики» (New Economics Foundation), составленному в 2009 г., Великобритания занимает только 108-е место среди различных стран по уровню счастья. Швеция занимает 119-е, а США – 150-е место. При этом, как ни странно, Коста-Рика, Вьетнам и Филиппины входят в число 20 счастливейших стран в мире.

## Понимание устойчивого образа ЖИЗНИ

Для формирования устойчивого образа жизни требуется сначала понять, что он собой представляет. Именно эту цель преследовал Стокгольмский экологический институт, проведя обзор литературы по устойчивому образу жизни и подготовив рекомендации для дальнейших исследований. В данном проекте рассматривалось существующее понимание устойчивого образа жизни в научной среде и определялись пробелы в знаниях, а также направления дальнейших исследований.

В обзоре была принята широкая трактовка устойчивого образа жизни, и во внимание принималось всё: от методов бухгалтерского учета до этических, психологических и экономических механизмов изменений. Перед началом проекта, посвящённого устойчивым образам жизни, имеет смысл ознакомиться с этим обзором, доступным по адресу:

[http://sei-international.org/mediamanager/documents/Publications/Future/sei\\_sustainable\\_lifestyles\\_evidence\\_report.pdf](http://sei-international.org/mediamanager/documents/Publications/Future/sei_sustainable_lifestyles_evidence_report.pdf)





## Понимание существующих точек зрения

«ПОНИМАНИЕ (ОБЩЕПРИНЯТОГО) ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ЯВЛЯЕТСЯ ПРЕДПОСЫЛКОЙ ДЛЯ ПОНИМАНИЯ СПОСОБОВ МОТИВАЦИИ И ПООЩРЕНИЯ ПОВЕДЕНИЯ, НЕ НАНОСЯЩЕГО ВРЕД ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ».  
Тим Джексон, 2005 г.<sup>4</sup>

Всемирный опрос по устойчивым образам жизни, проведенный Целевой группой, стал одним из крупнейших из когда-либо проводившихся опросов об отношении людей к устойчивому образу жизни. В ходе проекта проводились испытания ряда сценариев, чтобы выявить наиболее приемлемые для широких масс. Респонденты также делились своими знаниями об устойчивости, моделировании и своих планах на будущее.

«Устойчивый образ жизни означает помнить о своем окружении. Помнить о последствиях своих решений, а, следовательно, принимать решения, причиняющие наименьший вред. Это означает больше, чем просто заботу об окружающей среде – необходимо также думать о людях и сообществах. Необходимо думать о здоровье и благосостоянии, развитии образования, а не только о деньгах и вещах». (Великобритания, GSSL 2010 г.)

Поняв, что заботит людей и что они считают важным, политики и руководители программ смогут находить популярные решения для проблем, связанных с устойчивостью.

По итогам опроса были сделаны четыре основных вывода.

### Люди наиболее обеспокоены проблемами бедности и охраны окружающей среды

Борьба с нищетой и экологическими проблемами определяются как наиболее важные глобальные приоритеты для молодежи. Широко признается воздействие современных моделей развития и изменения климата. При этом с пониманием можно отнести к тому, что в развивающихся и слаборазвитых странах одним из главных приоритетов остается улучшение стандартов жизни и социальных условий.

«Я думаю, мы находимся в переходном периоде. Люди наконец начали понимать, что они могут и должны что-то менять изо дня в день, и это имеет глобальные последствия... если они не изменятся, мы будем продолжать идти к замедлению планеты». (Португалия, GSSL 2010 г.)

Поэтому любое обсуждение устойчивого образа жизни должно включать социальные и экологические вопросы.

### Люди ценят качество жизни и расширение своих возможностей

Для всех людей качество жизни и ощущение расширения возможностей остаются основными надеждами на будущее. К сожалению, устойчивое

развитие не всегда рассматривается как способ осуществления этих стремлений. Однако когда респондентам предоставлялись сценарии устойчивого образа жизни, они реагировали очень положительно, как в рациональном, так и в творческом плане.

«Я хотел бы более активно участвовать в мероприятиях на уровне сообщества, в местной политике. Во встречах в рамках сообщества, художественных выставках, добровольческой деятельности в молодежных клубах, а также покупая местные продукты и поддерживая другие местные предприятия».  
(Канада, GSSL 2010 г.)

Воздействие более устойчивых образов жизни на качество жизни людей и надежду на расширение возможностей необходимо подчеркивать во всех процессах принятия решений.

### Необходимы изменения инфраструктуры

Сценарии, сосредоточенные на мобильности, производстве продовольствия и ведении домашнего хозяйства. Опрошенные совершенно четко высказывались о необходимости адекватно адаптированных руководящих принципов и инфраструктуры для претворения в жизнь этих сценариев.

<sup>4</sup> Джексон, Т. Мотивация устойчивого потребления: обзор фактических данных об изменении потребительского поведения, отчет научно-исследовательской сети по устойчивому развитию 2005 г. (Jackson T (2005) Motivating sustainable consumption: a review of evidence on consumer behavioural change, a report to the Sustainable Development Research Network). Стр. 9.

«Я надеюсь, что моя страна будет разрабатывать планы для достижения устойчивости и независимости от остального мира». (Ливан, GSSL 2010 г.)

Местная и региональная инфраструктура должны стать ключевыми сферами приложения усилий для обеспечения более экологического образа жизни и отправки всеобщего четкого сигнала об их важности.

### Существует возможность использовать пассивный спрос

Подспудно, люди ждут решений в области устойчивости. Использование этого спроса открывает значительные возможности. Чтобы эффективно воспользоваться ими, необходимо расширять возможности для молодых людей и разъяснять им, какие знания и инструменты потребуются им, чтобы в полной мере участвовать в формировании устойчивых обществ.

Работа над устойчивым образом жизни должна строиться так, чтобы использовать этот пассивный спрос и вызывать у людей энтузиазм по поводу огромных возможностей, которые открывает деятельность на уровне сообществ.



## Поддержка социальных инноваций

Социальные инновации характеризуются новыми стратегиями, концепциями, проектами и организациями, отвечающими социальным потребностям в контексте устойчивого развития. Целевая группа обнаружила замечательные примеры инноваций, улучшающих жизнь людей на уровне сообществ. Однако о них на удивление мало кому известно. Движение к устойчивому образу жизни развивалось медленно, но постепенно охватило весь мир и становится общепринятой нормой.

Как сообщает недавно открытый веб-сайт [www.ideasforchange.tv](http://www.ideasforchange.tv):

*«У многих из нас, от частных лиц до политиков, предпринимателей и организаций, есть соображения о том, что можно сделать, есть предложения, которые могут проложить путь вперед. Но мы не встречаемся, не взаимодействуем, не сотрудничаем».*

Ряд проектов Целевой группы достиг успеха в стимулировании и взаимном объединении разрозненных инициатив. Создание этих связей позволило людям увидеть тех, кто еще находится в аналогичных ситуациях и также решил внести изменения в своё поведение.

Организация Creative Communities for Sustainable Lifestyles (Творческие сообщества за устойчивый образ жизни) сбор и обмен информацией о многообещающих примерах устойчивых образов жизни по всему миру. Некоторые обнадеживающие сценарии приведены по адресу <http://www.sustainable-everyday.net/>.

Совместная программа ЮНЕП и ЮНЕСКО YouthXchange прибегла к помощи и связала между собой местные неправительственные организации в 22 странах, что способствовало развитию молодежного движения в различных регионах при поддержке Целевой группы разработки экологически приемлемого образа жизни. [www.youthexchange.net](http://www.youthexchange.net).

Социальные инновации могут инициироваться обществом или стимулироваться политикой. Учащаются призывы к формированию нового подхода к направлению изменений потребительского поведения: от простого повышения осведомленности к устойчивым по своей сути программам базовой политики, таким как обеспечение доступного, удобного и комфортабельного общественного транспорта вместо личных автомобилей. Такая политика ставит потребителей в положение, когда для отказа от устойчивого потребительского поведения, такого, как переработка продуктов, требуются активные действия, а не просто даются рекомендации к действию.

## Деловое обоснование устойчивых образов жизни

Предпринимательский сектор обладает уникальным набором навыков и ресурсов для стимулирования перехода к более устойчивому образу жизни. Но необходимо повышать эффективность его применения. Такие сети, как Всемирный совет предпринимателей по устойчивому развитию, включающий в себя 200 крупнейших компаний в мире, поддерживают это стремление. Однако к работе необходимо привлекать все больше предприятий. Деловое обоснование устойчивых образов жизни необходимо преподносить наряду с более широкой демонстрацией передового опыта.

Рынок более устойчивых продуктов растет. Количество потребителей, принимающих во внимание устойчивость при совершении покупок, растет на протяжении уже многих лет. Рынки в развитых странах становятся все более конкурентными, но при этом возникают прекрасные возможности для предпринимательской деятельности в «нижней части пирамиды». Фирмы с более демократичными бизнес-моделями используют эти возможности с помощью продуктов, разработанных по месту продажи и адаптированных к нему.

Влияние на окружающую среду сказывается на каждом этапе жизненного цикла продукта. Устойчивое производство стремится свести к минимуму все воздействия на окружающую среду: от сокращения объема воды, используемой при производстве, до проектирования продуктов для повторного использования и переработки.

Но ценность не ограничивается только новыми рынками и методами производства. Стратегии устойчивого потребления и производства предлагают новые знания и навыки, ранее не рассматривавшиеся возможности партнерских отношений, потенциал для инноваций и улучшения репутации брендов.

Существует много стратегий, которые может принять предприятие. В рамках проекта Целевой группы, озаглавленного «Деловое обоснование низкоуглеродистых образов жизни с эффективным использованием ресурсов», было выпущено семь руководств, описывающих реагирование предприятий на сложности устойчивого образа жизни. В этих брошюрах демонстрируется, как применение принципов устойчивого развития в процессах разработки и проектирования продуктов и услуг может способствовать успешной инновации и укреплению базы клиентов. Они опубликованы по адресу [www.encourage-sustainable-lifestyles.net](http://www.encourage-sustainable-lifestyles.net)



**ЧТОБЫ ДОБИТЬСЯ СЧАСТЬЯ В ЖИЗНИ, ЛУЧШЕ ИМЕТЬ СОВСЕМ НЕМНОГО,  
ЧЕМ ИМЕТЬ ВСЁ, НО НЕ ИМЕТЬ ВРЕМЕНИ НАСЛАЖДАТЬСЯ ЖИЗНЬЮ**

ЛИВАН, GSSL 2010 Г.



## Успешное взаимодействие

### Знайте, чего вы хотите достичь

Несмотря на опасения по поводу безразличия обществу к экологическим и этическим проблемам, психологи считают, что люди стремятся знать и понимать, выяснять, учиться и участвовать в укреплении общества. Именно этот дух двигал человеческим развитием на протяжении столетий. Но зачастую люди не располагают знаниями или ресурсами для осуществления изменений.

Заставлять людей меняться сложно. Человеческое поведение является чрезвычайно сложным. Люди могут верить в одно и ценить одно, а вести себя по-другому. Возьмем, к примеру, курильщика, который ценит свое здоровье, возможно, правильно питается и занимается физическими упражнениями, но все-таки курит. Это называется разрывом между ценностями и действиями. Для преодоления этого разрыва необходимо нечто большее, чем просто информация и повышение осведомленности. Необходимо взаимодействовать с людьми, предоставлять им ресурсы и возможности и поощрять их к изменению поведения путем общения, обучения, развития потенциала и инфраструктуры.

Ряд проектов Целевой группы направлен на устранение препятствий к действию. В инструментах для курсов рекламы и маркетинга (<http://www.unep.fr/shared/publications/cdrom/>

DTIх0886xPA/) признается, что преподавателям, специалистам по маркетингу и студентам не хватало ресурсов и понимания для эффективного участия в экологически приемлемом образе жизни. Инструменты позволяют ввести на курсах соответствующее обучение. Организацией Creative Communities for Sustainable Lifestyles (Творческие сообщества за устойчивый образ жизни) выявлено наличие огромного количества социальных ресурсов и принято решение широко продемонстрировать повсеместный прогресс. От Playground Café в Париже до Eco-Hamlet в Польше — все примеры творческих сообществ поощряют участие людей в более устойчивых образах жизни.

### Четыре «П»

#### ПООЩРЯТЬ

Стимулировать посредством конструктивных подходов, изменений в законодательстве и поведении.

#### ПРОЯВЛЯТЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ

Вести разъяснительную работу и поддерживать общение с людьми в целях стимулирования устойчивых образов жизни.

#### ПРЕДОСТАВЛЯТЬ ВОЗМОЖНОСТИ

Обеспечивать необходимое образование, навыки, стратегии и инфраструктуру, делая возможными устойчивые образы жизни.

#### ПРИВОДИТЬ ПРИМЕРЫ

Праздновать успех первопроходцев, прокладывая дорогу передовыми проектами и продуктами.

## Формирование захватывающей концепции

Мы хотим улучшить будущее. Для этого нам необходимо в какой-то мере знать, как это будущее выглядит. Нам необходимо создать убедительную концепцию того, что мы пытаемся достичь. Работа Целевой группы показывает, что такая концепция уже начинает формироваться в сознании молодых людей.

Важно предоставить людям описание цели, к которой они стремятся - оно должно волновать, вдохновлять и мотивировать их.

Существует несколько четких правил для создания и распространения концепции.

#### Концепция на первом месте

Начните с концепции, чтобы привлечь внимание.

#### Визуализируйте её

Используйте изображения, одновременно создавая образы для «мысленного взора». Можно ли легко нарисовать картину того, что вы описываете?

#### Придайте ей национальный или местный характер

Концепция должна максимально соотноситься с местными реалиями. Упоминайте места и окрестности, расположенные рядом с местом, где вы находитесь.

#### Сделайте её привлекательной и желанной

Если концепция не более желанная, чем то, что мы имеем сейчас, зачем стремиться к ней? Поймите, чего хочет ваша аудитория, и продемонстрируйте, как предложенная концепция позволит достичь этого.

#### Не упоминайте даты и цифры

Датам, процентам и цифрам место в плане, а не в концепции. Сокращение на 20% к 2020 году – не видение, а цель. Сложите все цели вместе и представьте, каким был бы мир, если бы нам удалось добиться и превзойти их – это и есть видение.

#### Поделитесь мечтой

Покажите, как концепция отражает общие ценности и нужды.

Концепции создаются и постепенно реализуются, благодаря тому, что люди смеют мечтать о возможности ведения более экологически приемлемого образа жизни. В глобальном опросе по устойчивому образу жизни людям из 20 стран были представлены сценарии более устойчивых механизмов.

*«Правительство должно использовать колоссальную энергию граждан для создания новых проектов жилищного строительства, эксплуатации местных систем предоставления услуг, содействовать самоуправлению, использовать ресурсы, имеющиеся в распоряжении местных сообществ».* (Египет, GSSL 2010 г.)



Юрий Мечтов / ВСЕМИРНЫЙ БАНК

## Понимание участников взаимодействия

Одним из первых шагов при привлечении людей к устойчивым образам жизни является их понимание. Чтобы понять людей, на привлечение участия которых направлен ваш проект, необходимо осуществить два действия.

### Знаете ли Вы тех, кого пытаетесь привлечь?

Выделите и определите приоритетность групп людей, которых Вы стремитесь привлечь. Выберите конкретную группу людей (например, «от 30 до 40 лет, средний класс, женщины-домохозяйки в городских районах»), а не просто «общественность».

### Что ими движет?

Что они читают, смотрят и слушают? Куда они ходят? Что может препятствовать их действиям? Проанализируйте существующие исследования и проведите собственные исследования с теми, кого хотите привлечь.

Успех подхода к изменению поведения зависит от контекста. Несмотря на теории и доскональное планирование, понять реакцию аудитории можно, только проверив её на деле.

Программа YouthXchange определила свою аудиторию на ранней стадии. Этот проект привлекает молодых людей посредством интересных, личных и положительных мероприятий, каналов и сообщений. Это достигается путём анализа устремлений и ценностей аудитории проекта и формирования сообщений, что позволяет сделать устойчивость желанной для молодых людей.

## Знайте, как оказывать на них влияние

Есть несколько золотых правил, которым нужно следовать, чтобы максимально повысить эффект от вашего взаимодействия.

### Расширение возможностей

Создавайте ощущение расширения возможностей у тех, кого вы стремитесь привлечь. Прямо и четко излагайте свою позицию, чтобы добиться понимания того, какие действия необходимо выполнить и каким образом, и какие существуют вспомогательные ресурсы. Приложите усилия, чтобы придать новому поведению привлекательный статус, при этом сохраняя его личную окраску и актуальность.

В рамках проекта классов-побратимов было установлено, что можно добиться гораздо большего, если активно заниматься со студентами, а не пассивно читать им лекции. В одной из бразильских школ студенты инициировали еженедельное утреннее радио-шоу, которое транслировалось по всей школе. Студенты сами готовили материалы по актуальным местным вопросам, связанным с анализом жизненного цикла, экологической сознательностью и мировым гражданством.

### Оптимизм

Развивайте ощущение оптимизма и наличия возможностей в связи с изменениями, которых Вы пытаетесь добиться. Упростите все действия до возможного предела, в то же время подчеркивая их положительность и привлекательность. Предоставляйте обратную связь и благодарность там, где это приемлемо, за предпринятые действия и достигнутые успехи. Такой оптимистичный подход будет способствовать дальнейшему успеху и закреплять положительное поведение.

YouthXchange сделала все свои сообщения оптимистичными и положительными, чтобы повысить привлекательность для своей молодежной аудитории. Это позволило сформировать сеть энергичных молодых людей во всех областях деятельности программы.

### Общее представление

Повышайте уровень осведомленности о возможности улучшения непосредственного окружения и всемирной окружающей среды. Эту возможность следует рассматривать в контексте общего представления о ситуации, чтобы можно было оценить, насколько действия отдельных личностей приводят к реальным изменениям. Глобальный опрос по устойчивому образу жизни показал, что люди имеют представление об общем состоянии дел, но не всегда осознают, насколько в их силах изменить ситуацию и положение вещей.

### Чувство общности

Необходимо добиться того, чтобы устойчивый образ жизни воспринимался нормально и давал людям ощущение участия во всемирном движении. Именно это понятие «положительного конформизма» помогает обеспечивать поддержку для инициатив. Организация Creative Communities (Творческие сообщества) предоставляет ресурсы для связи и демонстрирует, что и другие люди в разных частях мира принимают меры для решения аналогичных проблем.

### Не используйте жаргон

Общественности, как правило, не бывает понятна научная терминология, такая как «биоразнообразие» и «возобновляемые источники энергии»; используя их, вы рискуете потерять внимание своего слушателя. Такие термины, как «изменение климата», более понятны общественности, но их не достаточно, чтобы вдохновить на действия. Используйте понятные слова, фразы и изображения.

Для получения дополнительной информации по разработке положительных сообщений обращайтесь к подготовленному Целевой группой документу

Communicating Sustainability (Распространение информации об устойчивом развитии) по адресу <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0679xPA-CommunicatingEN.pdf>

## Узнайте, как правильно доносить информацию

Способы привлечения людей так же важны, как и ваши слова и действия после того, как вы привлекли их внимание. Как людям, на которых нацелен ваш проект, нравится получать информацию? Куда они ходят? Что они слушают? Что привлекает их внимание? Узнайте ответы на эти вопросы и продвигайте свой проект через эти каналы.

### YouthXchange

В проекте YouthXchange на Филиппинах используется ряд различных творческих и интересных методов привлечения молодых людей. Были развернуты рекламные кампании с привлечением знаменитостей, проводились велосипедные туры, художественные выставки и театральные спектакли. К примеру, велосипедный тур проект позволил охватить более 20 000 человек в сельских общинах, в то время как другие методы коммуникации, возможно, не затронули бы их. Все материалы проекта переведены на местный язык и используют местные образы и примеры.

### Межкультурные классы-побратимы

В рамках проекта межкультурных классов-побратимов была разработана веб-платформа для распространения учебных материалов для педагогов и для способствования обмену между странами и внутри классов на международном уровне. На веб-сайте также предоставляется место, где студенты и преподаватели могут документировать и делиться своим опытом по решению местных вопросов устойчивого потребления.

## Куда дальше?

Целевая группа по устойчивым образам жизни завершила свою работу в конце 2009 года. Её результаты, выводы, идеи и обучение были проанализированы и доводятся до внимания общественности, чтобы оказать влияние на реализацию более крупных перемен.

Эти выводы, текущие и второстепенные проекты Целевой группы продолжатся в рамках Партнёрства по образованию и науке для обеспечения устойчивого образа жизни (PERL).

PERL представляет собой партнёрство исследователей, экспертов, преподавателей и практиков, способствующих Марракешскому процессу в отношении устойчивого потребления и производства, а также работе в рамках декады ООН, посвящённой обучению в области устойчивого развития.

При поддержке шведского и норвежского правительств, Европейского союза, ЮНЕП и других доноров PERL будет продвигать устойчивые образы жизни через шесть рабочих групп:

- Размышление и реализация
- Обеспечение ресурсов для устойчивых образов жизни
- Социальные инновации
- Правила для ответственной жизни
- Международный диалог
- Связь и СМИ

Правительства вскоре начнут переговоры по поводу десятилетних рамочных программ по обеспечению устойчивого производства и потребления. Целевая группа разработала конкретные рекомендации на основе

своего опыта и будет стремиться оказать влияние на заинтересованные стороны в рамках Марракешского процесса. Рекомендации основываются на проектах и опыте Целевой группы.

### Рекомендации Целевой группы

Целевая группа выявила только поверхностные возможности для устойчивых образов жизни. Одним из ключевых выводов стало то, что политика и инструменты для обеспечения ресурсов являются необходимым условием для устойчивых образов жизни. В результате рекомендуется провести дополнительную работу и предоставить поддержку в пяти конкретных областях.

- Управление и создание структур органов власти на национальном и местном уровнях
- Ориентированные на маркетинг действия в бизнес-секторе
- Образование – обучение
- Исследование
- Ежедневные действия для ежедневного стимула

Опыт работы Целевой группы указывает на необходимость поощрения связей между инновационными группами людей в различных странах и регионах для направления страны к глубоким изменениям. Остаётся проделать ещё долгий путь для демонстрации преимуществ устойчивых образов жизни, изучения новых перспектив и путей развития, мотивации политиков, организаций гражданского общества, учёных, деловых кругов и каждого из нас. Формирование конструктивного и справедливого отношения является ключом к достижению изменений.

Всем нам брошен серьёзный вызов. Настало время принять его.





Подготовлено

**f**uterra  
sustainability  
communications

Печать: Park Communications. Этот документ напечатан на сертифицированной FSC, полностью переработанной бумаге с использованием только чернил на растительной основе. Около 95% использованных при печати химикатов и 99% отходов, связанных с этой продукцией, будут переработаны.



**Recycled**  
Supporting responsible  
use of forest resources

Cert no. SGS-COC-2842  
[www.fsc.org](http://www.fsc.org)  
© 1996 Forest Stewardship Council

ОБЛОЖКА:  
РОБЕРТ УОЛЛИС (ROBERT WALLIS) / PANOS PICTURES