## Исторический опыт пропаганды энергосбережения

Идея энергосбережения возникла еще в довоенной Европе, во Франции. В то время предложение услуг по энергосбережению владельцам жилых зданий и промышленных объектов с условием их оплаты из суммы достигнутой экономии ресурсов стало революционным и не имело аналогов во всем мире. В России в советский период тема рационального и бережного отношения к энергоресурсам существовала лишь на уровне государственной социальной рекламы (пропаганды). Впервые острая необходимость экономить энергию, в особенности электрическую, назрела во время Великой Отечественной войны – ресурсы требовались в первую для оборонных предприятий, ведь от их работы зависела, без преувеличения, судьба всей страны. Беречь ресурсы, кстати, призывали во всех воевавших с нацистской Германией: в той Великобритании же популярностью пользовались плакаты, призывающие ЭКОНОМИТЬ обвинявшие тех, кто ездит в одиночку и расходует дефицитный бензин, в том, что они «ездят с Гитлером». В советской пропаганде, главным девизом которой стала фраза «Всё для фронта, всё для победы», тема энергосбережения возникла лишь в 1945 году. Тогда, уже под конец войны, возник лозунг: «Экономя киловатты, ты даёшь на фронт гранаты».













К вопросам энергетической эффективности вернулись в пятидесятые, причём речь в первую очередь шла о промышленности, на которую, в отличие от ЖКХ, традиционно приходится львиная доля потребляемой электроэнергии. 4 ноября 1959 года ЦК КПСС опубликовал письмо «О рациональном использовании электрической энергии». 28 ноября 1964 года выходит Постановление Совета Министров СССР «Об экономном расходовании в народном хозяйстве электрической и тепловой энергии и топлива». В основном для пропаганды энергосбережения применялись агитационные плакаты.

B 70-xэнергосбережению годах агитационная кампания ПО практически прекратилась, в 80-х годах под лозунгом «Экономика должна быть экономной» беречь энергию стали призывать уже не предприятия, а население. В конце 80-х и начале 90-х активно использовали социальную рекламу. В настоящее время энергосбережение является одной из приоритетных задач и связано с дефицитом основных энергоресурсов, добычи, глобальными возрастающей стоимостью ИХ a также экологическими проблемами.







