

**Глобальное Водное Партнерство**  
**Научно-информационный центр МКВК**

Воутер Шаап, Фрэнк ван Стинберген

**ИДЕИ КАМПАНИЙ  
ПО ОБЩЕСТВЕННОЙ  
ОСВЕДОМЛЕННОСТИ  
В СФЕРЕ ВОДНЫХ РЕСУРСОВ**

Ташкент - 2003 г.

Перевод с английского языка

W. Schaap, and F. van Steenbergen.  
2001. Ideas for Water Awareness Campaigns.  
Stockholm, Sweden: The Global Water Partnership

Подготовка оригинального буклета на английском языке была осуществлена  
ARCADIS EUROCONSULT

Copyright © 2002 by GWP. All rights reserved

## Содержание

Введение .....	5
1. СТРАТЕГИЯ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ .....	9
1.1. Общественное мнение, знания, отношения и решение поставленных задач .....	9
1.2. Стратегии и методы кампаний .....	12
2. ПЛАНИРОВАНИЕ КАМПАНИЙ ПО ОСВЕДОМЛЕННОСТИ .....	15
2.1. Предпрограмное исследование .....	17
2.2. Позиционные сообщения .....	19
2.3. Выбор, проект и предварительное тестирование .....	20
2.4. Подготовка интегральных программ .....	21
3. ПРОПАГАНДА – АВТОРИТЕТЫ ВЛИЯНИЯ .....	24
3.1. Политическая пропаганда .....	24
3.2. Религиозные лидеры .....	26
3.3. Привлечение других влиятельных лиц .....	28
4. ПРИВЛЕЧЕНИЕ КОРПОРАТИВНЫХ И НЕКОММЕРЧЕСКИХ СЕКТОРОВ .....	29
4.1. Работа с корпоративным сектором .....	29
4.2. Работа с неприбыльным сектором .....	33
4.3. Комбинирование усилий кампаний .....	34
5. ОБРАЗОВАНИЕ И ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ .....	35
5.1. Подготовка школьных программ. Активное привлечение школ к проведению кампаний .....	36
5.2. Внутриклассные идеи .....	38
5.3. Другие виды деятельности .....	42
6. МОЛОДЕЖЬ В КАЧЕСТВЕ ПОСОБНИКОВ И АКТИВИСТОВ .....	43
6.1. Молодежь и экологическая ценность воды .....	44
6.2. Молодежь и улучшение санитарно-гигиенических условий .....	46
7. ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ И ОБЩЕСТВЕННОЕ УЧАСТИЕ .....	47
7.1. Поддержка общественного участия .....	48
7.2. Развитие сетей добровольцев .....	49
8. СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ .....	50
8.1. Выбор правильного пакета средств массовой информации .....	50
8.2. Организационные аспекты представленного материала .....	51
8.3. Идеи для телевидения или радиопередач .....	52
8.4. Проектный материал .....	54
9. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ .....	56
9.1. Образ и ценности .....	56
9.2. Привлечение внимания .....	56
9.3. Связь со средствами массовой информации .....	58
10. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ .....	59

10.1 Фестивали и выставки .....	59
10.2. Культура и искусство .....	61
10.3. Открытые манифестации .....	62
11. ИНТЕРНЕТ .....	63
11.1 Проведение кампании в Интернете.....	63
11.2. Идеи для использования Интернета в кампаниях .....	64
11.3 Некоторые виды планирования web-страниц .....	67
11.4. Интернет, как источник информации для водного сектора .....	67
Приложение 1. Перечень инициатив .....	68
Приложение 2. Средства .....	82
Приложение 3. Использованная литература.....	87
Приложение 4. Дополнительная информация.....	89

## **Введение**

*«Масштабы и причины нынешнего и грядущего водного кризиса не стали бы достоянием человеческого сознания без привлечения общественного внимания и организации специальных кампаний».*

Из выступления Кофи Аннана  
на Форуме ООН "Тысячелетие"

Возрастает важность социальных норм в управлении водными ресурсами. Основные принятые политические документы свидетельствуют о важности привлечения общественного мнения, влияющего на эти нормы и ценности с целью более экономного использования водных ресурсов. В последние 10 лет по всему миру высказаны новые инициативные предложения. Крупные международные агентства, правительства, местные общественные группировки, водохозяйственные органы, международные и местные неправительственные организации, образовательные сети проводят уникальные и интересные опыты. Их новые идеи способны привлечь большую аудиторию.

В книге представлены некоторые идеи рабочих организаций в ряде стран. Надеемся, что книга будет полезна для многих людей:

- ◆ специалистов водного сектора, осознающих важность общественного мнения;
- ◆ лиц, занимающихся рекламными кампаниями и образовательными программами по водным ресурсам, желающих знать как о других новых инициативных предложениях, так об уже известных материалах и ресурсах;
- ◆ неправительственных групп, пытающихся найти пути расширения сферы своей деятельности;
- ◆ организаций, занимающихся поиском партнеров для разработки новых инициативных предложений;
- ◆ политических деятелей, желающих знать общественную осведомленность в водном секторе.

Одна из проблем существующей информации - это её фрагментация. Обычно такая информация содержит общий обзор проектов и уделяет внимание множеству тем, кроме привлечения общественного мнения. Сложным является и систематический обмен идеями по общественной осведомленности. Материалы по многоотраслевым предложениям ограничены в пределах одной части водного сектора, например, базисного образования по водосбережению или развития образования в области санитарно-гигиенических норм. В настоящее время многое изучается путем обмена и сравнения разных инициатив в пределах водного сектора. Ниже представлены основные аргументы необходимости систематического привлечения общественного мнения к проблемам водных ресурсов.

## **Водосбережение**

Данные отдельных кампаний показывают, что построение общественной осведомленности может эффективно сократить спрос на воду. Например, в Сарагосе, Испания крупные водосберегающие кампании показали, что нет необходимости увеличивать объем водохранилищ, как было запланировано раньше.

## **Содействие образованию в гигиене**

Осведомленность в санитарно-гигиеническом секторе предусматривает необходимость внесения дополнений в конструкцию общественных уборных. Без понимания, связанного с гигиеной проблем здоровья, применение надежных санитарно-гигиенических удобств, вероятно, не даст результата.

## **Охрана водных экосистем**

Удивительно быстро растет число добровольцев, привлекаемых к охране рек, озер, болот. Большая часть общественного внимания и неправительственных организаций по охране окружающей среды имеют широкую поддержку. С помощью общественных групп, школ и религиозных организаций создаются сети добровольцев для мониторинга рек и водоохраных программ.

## **Начало политических перемен**

Повышение общественного сознания создает социальное давление на правительство и других пользователей водными ресурсами, что стимулирует политические перемены в сторону лучшего управления водными ресурсами и строительства политического будущего.

## **Изучение проблем водных ресурсов новым поколением**

Сегодняшние школьники - это лидеры и исполнители наших начинаний завтра. На этом основании в школьную программу включен предмет "Использование водных ресурсов".

## **Резюме...**

В целом, удивительно быстро растет число инициатив по привлечению общественного мнения к водному сектору. В книге представлено множество идей по разработке этих инициатив. Иногда они комбинируются с предложениями из коммуникационной теории и коммерческого рынка, но особое внимание уделяется практическим предложениям. Книга не предназначена для постоянной работы, но может быть источником вдохновения и начальным этапом для разработки новых идей и инициативных предложений.

## **О пользовании книгой**

Нет нужды читать все целиком, книга составлена таким образом, что можно читать только то, что интересно непосредственно вам.

Большинство глав состоит из введения, инициативы, идей, расположенных в виде 3-4 заголовков, выполненных в виде таблиц на каждой странице.

Рядом с каждой идеей указана компания, которой она принадлежит, если идея не представляет уникальную специфическую компанию.

В приложении 1 вы найдете краткое описание каждой инициативы с информацией о ней на веб-странице, адреса E-mail (если необходимо), всю соответствующую информацию о заинтересовавших вас идеях и компаниях.

Помните, что идеи могут быть культурно-специфическими. Они не могут быть полезны в других культурных контекстах, тогда как другие предложения необходимы для точной адаптации к местным ценностям и институтам.

## **Схема книги**

Рис. 1 поможет пользоваться текстом. Первые две главы предлагают способы начала кампании по привлечению общественного мнения. Кратко изложены основные концепции их создания (глава 1) и предложения по планированию кампании (глава 2). Главы 3-7 и 9 дают практические примеры по привлечению большинства партнеров, решительных деятелей и лидеров, корпоративных и некоммерческих организаций, образовательных институтов, молодежных групп и средств информации. В 8, 10 и 11 главах обсуждается подготовка средств для привлечения общественного мнения, подготовка материалов, организационные мероприятия, использование Интернета

Приложение 2 содержит сведения об образовательных средствах и других источниках информации, в приложении 3 указан список литературных ссылок.

Идеи получены из ряда источников информации - это проекты документов, информация из Интернета и частных коммуникаций. Мы попытались, насколько это возможно, приблизить инициативы к их оригиналу; идеи упрощены и большее внимание уделяется их определенным аспектам, чем другим предложениям. Имейте в виду, что они остаются нашей интерпретацией идей. Указанные примеры не подразумевают, что проект был обязательно удачным, только что они могут заинтересовать. Заметьте, что способ исполнения идейных предложений может быть культурно-специфическим. Требуется критический подход к решению этого вопроса, прежде чем инициатива будет принята и адаптирована.

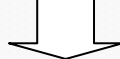
Воутер Шаап, Фрэнк ван Стеенберген

(Wouter Schaap: wt.schaap@zonnet.nl;  
Frank van Steenbergen: fvansteenbergen@compuserve.com)

**Рисунок 1. План книги. Темы и главы**

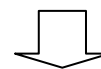
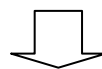
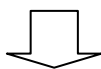
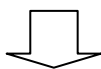
**Теоретическая часть**

**Стратегия (1)**



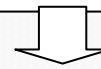
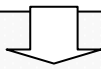
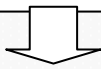
**Планирование (2)**

**Привлечение**



**Лидеры (3) Организации (4) Молодежь (5/6) Общества (7) Средства информации (8/9)**

**Дополнительные средства**



**Материалы (8)**

**Общественные мероприятия (10)**

**Интернет (11)**

**Другие средства**

**Перечень инициатив  
(Приложение 1)**

**Источники информации  
(Приложение 2)**

**Перечень литературы  
(Приложение 3)**



## **1. СТРАТЕГИЯ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ**

### **1.1. Общественное мнение, знания, отношения и решение поставленных задач**

#### **Привлечение общественного мнения в качестве политической силы**

Управление водными ресурсами становится важной темой для политических деятелей. Невозможно правильное, безопасное и сберегающее управление водными ресурсами без социальных изменений в водопользовании, водосбережении. В некоторых ситуациях снижение объема используемой воды важно, а улучшение санитарно-гигиенических условий, охрана водных экосистем и снижение загрязнения является приоритетным направлением.

Политические силы могут повлиять на использование воды. Такими являются регулирование, выгодные инвестиции, создание органов. Компании, политические деятели и другие заинтересованные лица стремятся решить поставленные задачи, основанные на социальных нормах и отношению к используемым водным ресурсам.

#### **Общественное мнение в качестве интерактивного движения**

Предположение политиков и научных работников основано на ограниченном привлечении общественного мнения для достижения специфических целей. Имеет место полное игнорирование многих существующих инициатив. Широко признана необходимость общественного мнения для одобрения правительственных и неправительственных программ. Осведомленность выглядит как интерактивное движение, в котором каждый участник имеет свою роль, ответственность и собственные пути воздействия, что создает социальное давление.

**Привлечение общественного мнения к водным вопросам:** влияние отношений и социальных норм на реализацию поставленных вопросов по безопасному использованию водных ресурсов, стимулирование социального давления на здравую и непрерывную политику.

#### **Теория обоснованных действий**

Осведомленность - это общий и неопределенный термин, понимаемый интуитивно и обширно. Она могла быть полезна, в связи с исследованиями некоторых концептуальных замечаний в сфере повышения общественной информированности и ее связи со знаниями, отношением и поведением. Все кампании по осведомленности стремятся оказать влияние, и, следовательно, они могут быть использованы, как влиятельное средство общения. Почему некоторые начинают водосбережение тогда, когда начинается деятельность водосберегающих компаний? Почему другие не предпринимают совсем ничего?

В коммуникационной литературе некоторые модели описывают такие процессы. В 1980 году Fishbein и Ajzen опубликовали "теорию аргументированного поведения" - одну из основных моделей в коммуникационной теории (van Woerkum 1995). Они установили, что такое поведение может быть предсказано, как «стремление к решительным действиям».



### Отношение

Личные отношения описывают, как он или она мыслит решить поставленный вопрос. Отношение может быть продиктовано ответами на следующие вопросы:

Каковы возможности такого образа действия, каковы ожидаемые результаты? Какова моя роль в достижении этих результатов? Как сложится баланс между ценой и выгодой? Цена и выгода в этом контексте не обязательно выгода денежная и экономическая, они могут относиться к социальным, психологическим и религиозным ценностям.

### Субъективные нормы

Субъективные нормы описывают влияние людей и организаций, окружающих нас. Они включают нормы и ценности нашего общества в целом и тех социальных групп, к которым мы принадлежим.

Чтобы узнать содержание и важность субъективных норм нужно ответить на следующие вопросы: какое мнение конкретного человека о личности/соц. группе? Какое значение имеет его или ее отношение к мнению другого человека?

**Собственная деятельность:** это личная, субъективная оценка сложности и легкости в поведении.

### Примечания к теории аргументированного поведения

Десять лет назад разработана коммуникационная теория, в противовес теории аргументированного поведения, подвергнутой критике со стороны многих партий и организаций. Согласно теории de Mooij (1998), мы сами можем решить все наши проблемы. Теория de Mooij называется "Взгляд со стороны запада". Люди, независимо от их культуры и вероисповедания, предпочитают сразу получить конечный результат, чем самостоятельно решать имеющиеся проблемы (Stewart 1985 in M. de Mooij 1998). Основными отличиями между индивидуализмом и коллективизмом является соответственно индивидуальное и групповое принятие решений, а также личная позиция по отношению к субъективным нормам.

В действительности важность работы над социальными нормами занимает ведущее место среди большого ряда инициативных предложений. В пределах коммерческой рекламы больше внимания уделяется эмоциям, символам, юмору и привлечению коммерческих деятелей для заключения договоров с потребителями. Поэтому, основываясь на духовных ценностях, нужно попытаться внедрить эту

модель во всех странах, как на селе и в городе, среди богатой и бедной заинтересованной аудитории.

### **Пропаганда?**

Такого положения, что компании превращаются в чистую пропаганду, следует избегать. Однако, каждая компания по общественному участию содержит определенное количество пропагандируемых положений. Казалось бы, ничего плохого в этом нет, пока в обществе есть согласие по содержанию кампании. Тем не менее проблема может возникнуть, например, когда в ходе кампании возникают спорные вопросы. (van den Heuvel 1998).

### **Изменение привычек людей по использованию воды**

Примеры:

- 1) Во время мытья овощей выключайте кран
- 2) Необходим ремонт крана, если имеется утечка воды
- 3) Выключать душ, когда пользуетесь мылом.

Существуют различные пути для достижения нашей цели по благоразумному использованию воды. Много зависит от начального пункта, практических навыков, норм и ценностей. Поэтому предпрограммные научные исследования чрезвычайно важны. Трудно изменить свои привычки, а социальные нормы и ценности на предпринимаемые наши действия - намного труднее, чем нам хотелось бы думать. Вот почему так важно воспитать в будущем поколении здоровые нормы и привычки в использовании воды.

### **Является ли обоснованным повышение общественного сознания**

Термин «общественная осведомленность» может быть понят неправильно в том смысле, что одна группа людей собирается обучать другую и таким образом вторая группа "становится осведомленной". Такой подход здесь не поддерживается. Привлечение общественного мнения выглядит как интерактивное движение, в котором участвуют столько партий, насколько это возможно. Не исключается участие и средств массовой информации. Необходимо оптимальное сочетание между различными коммуникационными каналами. Планирование кампании - это умение найти баланс между максимальным влиянием и максимальным привлечением участников. Принимаемые подходы помогут увеличить число привлекаемых людей, в то время как средства массовой информации помогут расширить сферу деятельности кампаний. Общественное участие в кампаниях обеспечивает обмен идеями и знаниями о приоритетных направлениях. Далее, общественное участие может расширить движение по повышению осведомленности привлечением большого количества людей. Существует много вариантов привлечь общество: личные визиты, групповые дискуссии, активное привлечение добровольцев, составление анкет-вопросников, создание рабочих сетей, проведение фестивалей и семинаров. За последние два десятилетия "типичная" разработка проектов в развивающемся мире нуждается в общественном участии. Большая часть проектов, поддерживаемых агентствами, стремятся привлечь общественность для внедрения новых технологий. Не всегда признается необходимость привлечения общественного мнения к определенным проблемам, являющихся приоритетными в данном проекте. Осуществление санитарно-гигиенических проектов, согласно которым необходимо завершение строительства общественных уборных, будет трудным, пока люди не поймут, что они необходимы им. Использование предложенных уборных позволит повысить

образование в санитарно-гигиеническом секторе. Поэтому здесь надо привлекать общественное мнение.

## 1.2. Стратегии и методы кампаний

Модели по планированию кампаний уделяют основное внимание поиску комбинаций различных подходов. Примерами таких подходов являются общественные отношения (ОО), пропаганда, личные связи и образовательные программы в школах.

Подходы, используемые кампаниями, могут быть проанализированы следующими вопросами:

- Сфера деятельности кампании: какое количество человек она охватывает?
- Сложность и простота содержания
- Степень привлечения общественности;
- Влияние заинтересованности аудитории на содержание кампании.

Подходы кампаний делятся на 4 категории, в зависимости от их значения; ниже предложены 3 основные модели кампаний:

**Рыночная модель:** широкая сфера деятельности, доступное содержание, низкий уровень общественных инвестиций и общественного влияния.

**Образовательная модель:** средняя сфера деятельности, сравнительно сложное содержание, высокий уровень общественной активности, привлечение заинтересованной аудитории от низкого до среднего уровня.

**Социально/локальная модель:** малая сфера деятельности, средний уровень содержания, высокий уровень активности общественности.

Методология каждой кампании показана на рис. 2.



Рис. 2. Методология кампаний

В центре модели вышеуказанные методы и их характеристики. Например: "инструменты участия" находим в центре социально/локального метода. Сравните

с «пропагандой», показывающей, что последняя имеет элементы как социально/локального метода, так и рыночного метода.

Характеристика хорошей кампании является оптимальной комбинацией элементов различных моделей. Каждая модель имеет свои подходы и возможности. Некоторые программы намеренно останавливают свое внимание на одном из методов для привлечения специфических организаций, заинтересованной аудитории или других целей. Например, детские образовательные программы не являются вероятным подходом к рыночной модели, если она не стремится привлечь широкую общественность. Модель можно видоизменить с целью повышения эффективности отдельных элементов кампаний. Например, предлагаемые нами начальные пункты являются образовательной программой в школе. Комбинация их с рыночным методом - это попытка привлечь большую часть общественного внимания к данной программе.

В следующих параграфах рассмотрены некоторые подходы и модели.

### **Рыночная модель - рыночные подходы**

Связанные с рынком подходы в неприбыльной области, направленные на повышение общественного сознания, ссылаются на так называемый "социальный рынок". Социальный рынок - это комбинация методологий и средств информации, подобно инициативам коммерческих рынков. Две основные характеристики заслуживают особого внимания на социальном рынке:

- Использование определенных средств информации планируется заранее. Социальные рыночные кампании объединяют широкий ряд методов трансляции, например, объявления, брошюры, официальные заявления (для прессы), выставки, лозунги, рекламные щиты, афиши, реклама в Интернет, открытые кампании, газеты, радио- и телепрограммы.
- Социальный рынок уделяет особое внимание осознанному поведению потребителей. Почему люди делают все так, а не иначе? Рыночное влияние и заинтересованные специфические группы потребителей являются важным элементом социально-рыночной инициативы (*Водосберегающие Стратегические Рабочие Группы, Канада, 1998*).

Широкое пользование Интернетом на западе, расширило возможности рыночного метода. Поэтому вышеуказанные подходы рыночного метода "предоставляют" краткие простые сообщения. Использование Интернета сегодня стало традиционным, дающим возможность потребителям найти для себя дополнительную информацию. Традиционные средства информации привлекают общественное внимание к проводимым кампаниям, и если люди хотят узнать больше, то могут использовать информацию вне web-страницы.

### **Подходы в общественных отношениях**

В противовес рыночным подходам, общественные отношения первоначально не уделяют особого внимания созданию "материалов" для заинтересованных агентств, газет, шоу на телевидении. Их первой целью является привлечение общественности.

## **Общественные мероприятия**

Организация общественных мероприятий - это вид деятельности, содержащий в себе как рыночный, так и образовательный методы. Крупные мероприятия, средства информации и реклама становятся основной целью. Общественные мероприятия оказывают непосредственное влияние на привлечение общественности и обычно содержат образовательные элементы, дающие возможность прямого контакта с заинтересованной аудиторией. Важно обеспечивать общественность более подробной информацией, простой и легкодоступной, в случае общественных или рыночных подходов содержание может быть единым, простым и кратким. Примеры общественных мероприятий - фестивали, конференции, театр и музыка.

### **Образовательная модель – привлечение детей для активной деятельности**

Образование стало популярным во многих кампаниях: проектах по водосбережению, повышению гигиенических навыков, инициативе по охране окружающей среды. Понятно, что образование необходимо для здорового отношения будущего поколения к использованию водных ресурсов. Как показал опыт, дети полны энтузиазма, склонны легко устанавливать контакты, что облегчает привлечение широкой общественности. Привлечение образовательного сектора дает огромные возможности. Изучение преподавателями вопроса водных ресурсов и включение его в состав учебной программы может быть эффективным и надежным способом привлечения общественного сознания к проблемам водопользования.

### **Обучение преподавателей и мотиваторов**

В большинстве проводимых кампаний чрезвычайно важно наличие опытных педагогов. Привлечение участников является абсолютно бесполезным без опытных, людей. Образовательная программа требует от преподавателей знакомства с важными проблемами в сфере водных ресурсов. Обучение может проходить в виде семинаров, докладов или какого-либо специфического обучения.

### **Общественные лекции и образовательные курсы**

Привлечение людей на курсы, лекции и подготовка докладов на соответствующую тему может быть полезным дополнением к деятельной кампании. Однако, это потребует общественного интереса. Это полезно только в случае, если соответствующая тема доступна публике и понятна кампании.

### **Демонстрации**

Новые приемы, такие, как общественные уборные, водосберегающее оборудование и др., нуждаются в демонстрации, чтобы ознакомить со способами использования, и их пользой. Демонстрации занимают одно из важных мест в общественных мероприятиях, представляющих знакомиться с новыми технологиями.

## **Локальная или социальная модель - подходы для привлечения участников**

Подходы для привлечения участников охватывают широкий ряд средств и методологий, имеющих одну общую черту: все они пытаются привлечь "публику" и дать ей как сделать ставку на результат процесса, так и определить свое направление. Большинство подходов по привлечению участников - это работа с группой людей, например, с существующими общественными фракциями, школьниками, учителями. Программа используемая сейчас в отдельных африканских странах - «Участие в трансформации санитарно-гигиенических условий (PHAST)» уполномочивает ее участников оценивать собственную базу знаний, исследовать местную окружающую среду. Многие земле- и водосберегающие проекты в США, Канаде и Австралии включают активное привлечение добровольцев, школ для мониторинга, научных исследований и других видов деятельности. Сегодня участниками процесса активно используется Интернет.

### **Рабочие сети**

Рабочие сети - это единение усилий одинаково мыслящих людей, социальных групп и институтов. Через эти сети происходит обмен информацией, привлекаются участники. Большая часть подобных сетей сегодня проходят через Интернет. В особенности быстро использует эти возможности образовательный сектор.

### **Пропаганда**

Пропаганда стремится привлечь влиятельных политиков и других известных деятелей. Она может быть и неформальной и сочетается с техникой общественных отношений, обеспечивающей общественное давление. Пропаганда стремится оказать влияние не только на политиков и официальных лиц, но и на руководителей частных секторов, негосударственных организаций и лидеров местных комитетов.

## **2. ПЛАНИРОВАНИЕ КАМПАНИЙ ПО ОСВЕДОМЛЕННОСТИ**

В предыдущей главе обсуждались модели и стратегии повышения общественной осведомленности по усовершенствованию управления водными ресурсами. Большинство кампаний будет строиться в соответствии с местными нуждами и организационными возможностями.

Проект осведомительных программ состоит из следующих этапов:

- Предпрограммное исследование
- Позиционные сообщения
- Выбор, проект и испытание
- Подготовка интегральных программ

В таблице 1 предлагается контрольный перечень для разработки осведомительных кампаний. Первоначальные публикации фокусируются на содействии в гигиене, но подобными исследованиями руководствуются другие водосберегающие кампании. Контрольный перечень дает как вопрос-ответ, так и научно-исследовательские методы, используемые на различных этапах

проектирования кампании. В следующих 4-х разделах данной главы вы найдете примеры, наглядно объясняющие, как пользоваться контрольным перечнем.

**Таблица 1**

**Контрольный перечень для разработки осведомительных кампаний**

Цель	Вопрос-ответ	Методы исследования
<b>1. Предпрограммное исследование</b>		
А. Установка ненужных действий	- точное определение проблемы. Какое действие является причиной проблемы?	- неструктурные наблюдения - литературный поиск/знания из предыдущих опытов - составление проблемного дерева
В. Выбор действия для интервенции	- Какие ненужные действия наиболее распространены - Какие действия изменяемы	- структурные наблюдения представителя, как модели семьи - формальное интервью - внимание групповым дискуссиям
С. Выбор заинтересованной аудитории	- Кто применяет эти действия - Кто влияет на то, чтобы люди применяли эти действия	- структурное наблюдение - внимание групповым дискуссиям
<b>2. Позиционные сообщения</b>		
	- осознает ли заинтересованная группа связь между ненужными действиями и проблемой? - Что является мотивом тех, кто применяет правильные действия	- внимание групповым дискуссиям - Углубленное интервью с текущими пользователями о правильных действиях - Поведенческие испытания добровольцев, практические интервью с добровольцами/предпринимателями
<b>3. Выбор, проект и испытание</b>		
А. Выбор коммуникационных каналов	- Какие каналы постоянно используются для коммуникаций? - Каким каналам доверяют такие сообщения?	- интервью с представителями заинтересованной аудитории - внимание групповым дискуссиям
В. Проект и испытание коммуникационных материалов	- Какие виды материалов и информации являются привлекательными, запоминаемыми и обдуманно?	- внимание групповым дискуссиям, испытание пилотных программ - пересмотр и испытание материалов - дальнейшее фокусирование групп (если необходимо)



Цель	Вопрос-ответ	Методы исследования
<b>4. Подготовка интегральных программ</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Какова вероятная сфера влияния и стоимость каждого канала?</li> <li>- какая комбинация каналов является более эффективной по стоимости?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Сочетание вышеуказанных результатов. Консультация с общественными группами и сотрудничество с агентствами</li> <li>- оценка стоимости</li> <li>- обзор вспомогательных программ</li> </ul>

## 2.1. Предпрограммное исследование

### Текущие навыки и возможности усовершенствования

#### Исследование текущего использования водных ресурсов

*Виннипег, Водный фронт, «Медленное течение», Канада* провела исследование тенденций по потреблению водных ресурсов жилыми кварталами. Полученные данные используются для выбора стратегии эффективного вмешательства в эти направления. Следующее проведение кампаний обезвредит нездоровые тенденции и поддержит позитивные.

#### Оценка существующего «здорового поведения»

*Санитарно-гигиеническое содействие (Танзания)* включает оценку традиционного здорового поведения. Оно пытается объединить в единое целое наилучшие имеющиеся практические навыки в пределах кампании по содействию в гигиене. Кампания строится на базе школьных комитетов и привлекает традиционных служителей и целителей.

#### Руководство водосбережением, базируемое на обучении

*Кампания EBMUD (Восточный филиал городского районного предприятия)* провела тщательное предпрограммное исследование. Таблица 2 описывает цели исследования и дает необходимую информацию.

**Таблица 2. Цель исследования и необходимая информация**

Информация	Примеры параметров	Цель
1. Общераспространенное поведение по использованию водных ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- % людей, использующих слабую струю душа</li> <li>- % людей, орошающих газон вне час-пика</li> </ul>	- обложение налогом водопотребления
2. Осознание потребителями сбережения воды	<ul style="list-style-type: none"> <li>- охрана потребителями окружающей среды</li> <li>- желание потребителей экономить деньги</li> </ul>	- создание более эффективных проектов новых кампаний
3. Рейтинг потенциальных водосберегающих программ	- По мнению, например, программ ультрасмывных туалетов	- обложение налогом по принятой %-ной сетке
4. Использование	- % смывных туалетов	

металлической сантехники	- % струйных душевых	
--------------------------	----------------------	--

Профессиональные научно-исследовательские кампании провели 500 телефонных интервью с потребителями EBMUD сервиса. Каждый разговор занимал приблизительно 12 минут, в течение которого задавались вопросы об отношении к специфическому использованию водных ресурсов. Для определения типов необходимой сантехники, используемой EBMUD сервисом, внедрена система мер для определенной группы покупателей.

- Характеристики такие, как резиденции / бизнес, годовое строительство, количество людей, занятых в бизнесе.
- Количество видов водопользующих приспособлений, таких, как туалеты, душевые, водопроводные краны, стиральные машины, посудомоечные машины, бассейны и ирригационные системы.

### **Поиск подхода решений**

*Морелос, (Мексика)* содействует созданию, вместо удобных туалетов, сухих санитарных или септических резервуаров, которые обуславливают высокий уровень загрязнения и использование большого количества воды.

### **Тестирование и демонстрация решений**

*Водоснабжение, Проект по улучшению санитарных условий и здравоохранения UNDP и Всемирный Банк (Узбекистан)* создал общественные уборные с целью демонстрации. В настоящее время они проходят испытания, и выбираются наиболее оптимальные варианты для местных условий.

### **Прицел на тех, кто может внести различия**

*Водосберегающая программа г. Мехико* планировала образовательную кампанию, направленную на крупных пользователей водных ресурсов. Наибольшее внимание было уделено оценке использования воды в домах и на земле. Мексиканцы не используют много воды и полностью контролируют ее расход.

### **Организация голосования для проверки заинтересованности**

*Кампания по осведомленности в области водных ресурсов UNDP / Ведомство Автономии Палестины по водным ресурсам.* Опрос показал, что молодежь была наиболее заинтересована в проведении кампании, 85% ее представителей были в возрасте до 18 лет. Следовательно, дальнейшая деятельность кампании была сфокусирована главным образом на детях и молодежи.

### **Исследование уровня знаний основной заинтересованной группы**

*Гайя, экологическая неправительственная организация, (Грузия)* провела исследование знаний учителей в области охраны окружающей среды. Специально созданные анкеты вопросники, охватившие 40 школ, обнаружили недостаток знаний и низкий уровень обучения, особенно по вопросам охраны окружающей среды.

## **2.2. Позиционные сообщения**

В разработке осведомительных программ важно то, что сообщения являются «позиционными» в том случае, если они призывают и убеждают.

### **Использование аргументов статуса и выгоды**

*UNICEF, Сания Проект (Буркина Фасо).* Исследование понятия «гигиена» в женских группах показало, что женщинам известно около 10 видов детских болезней, имеющих симптом диареи. Только одна не серьезная болезнь была освидетельствована, как связанная с гигиеной. Выявленное недопонимание причин диареи было очень хорошо обосновано, попытки изменить их оказались безрезультатными. Несмотря на это, гигиена проявила себя как важная социальная сила. Следовательно, сообщения сейчас фокусируются на социальной желательности и снижении трудностей в новых практических начинаниях.

Подобно *Национальной сельской программе водоснабжения, Индия (Правительство Индии)* планировала кампанию по содействию строительства общественных уборных, как подчеркивают журналы «Престиж», «Статус», «Уединение» и «Удобства», направленные принципиально на женщин.

### **Предполагаемые связи с религиозными сообщениями**

Движение «Чистая пятница» (Индонезия) содействует использованию коллекторов для дождевой воды, строительству семейных уборных, уборных в мечетях и уборных в других общественных местах. Целью должно быть содействие здоровому образу жизни, усовершенствованию стандартов общественного здоровья посредством религиозной и социальной деятельности. Особое внимание придается личной, семейной и общественной гигиене, начиная с вечера в четверг для подготовки на пятницу (Священный День)

### **Использование поведенческих тестов**

*Программа Помощь водным ресурсам в улучшении санитарно-гигиенических условий (Танзания)* пропагандирует проведение испытаний с добровольцами. В испытаниях добровольцев просят опробовать поведенческие перемены, предложенные кампанией (например, использовать новый вид туалета). Добровольцы также могут внести свои предложения, которые будут содействовать успеху данных изменений.

### **Сделайте легким осуществление предложений по водосбережению**

*Хьюстон, Водосбережение (США)* распространяет около 20000 сберегательных наборов инструментов гражданам каждый год. Наборы содержат переносную сумку (0,5 галлон) для туалетного резервуара, красящие таблетки для обнаружения утечки воды, струйный ограничитель и инструкцию-вкладыш по применению. Большинство этих сумок распространяется среди владельцев квартир и менеджеров. Наборы инструментов отправляются почтой покупателям, выражающим недовольство большим счетам на воду.

*Виннипег, Водный фронт: «Медленное течение» (Канада)* поставляет свои брошюры всем семьям. В брошюрах описываются основные способы сбережения водных ресурсов.

## **2.3. Выбор, проект и предварительное тестирование**

### **Выбор эффективных коммуникационных каналов**

В осведомительных программах имеются отдельные предложения по выбору эффективных коммуникационных каналов.

#### **Комбинация персональных коммуникаций со средствами массовой информации**

*Программа UNICEF по уменьшению содержания мышьяка (Бангладеш).* Инженеры передовой линии, механики по трубопроводам и служебный персонал неправительственных организаций используют схемы, таблицы и брошюры на семейном уровне с целью внедрения основной информации о мышьяке. ТВ-программы, коммерческое радио, средства информации на улицах уделяют особое внимание необходимости предохранить питьевую воду от попадания в нее мышьяка и других патологических факторов. Кампания содействует социальным нормам, чтобы отделить чистые водные ресурсы от подвергнутых воздействию мышьяка и обезопасить трубопроводы.

#### **Усиление деятельности кампании за короткий период**

*Совет сбережения водных ресурсов (Флорида)* решил провести кампанию в течение последнего месяца засушливого времени года, когда особенно остра необходимость в ее проведении. Соответственно, она запланирована на апрель под названием «Водосберегательный месяц».

*Коллегия предприятий общественного пользования (Сингапур)* организует ежегодные кампании, которые каждую последнюю неделю месяца уделяют особое внимание отдельным заинтересованным группам лиц. Работа в течение первых двух недель концентрируется на студентах и преподавателях, третья неделя отводится общественному участию и последняя неделя направлена на общественный сектор. Поощряется усердие участников.

#### **Эффективное использование брошюр**

Использование брошюр может быть эффективным в случае правильного их распространения. Предложения по использованию брошюр:

- Выставляйте брошюры в рамках в зависимости от темы в детских комнатах, библиотеках, общественных центрах, муниципалитетах, больницах, клиниках, водных организациях.
- На общественных мероприятиях (фестивалях, выставках)
- Передача их в знак уважения, или на память, и таким образом они не будут выброшены
- Вкладывание в счета на оплату водных ресурсов.

#### **Использование счетов за воду**

*Албукерке, Водосберегательный офис (США)* сочетает выдачу льгот за водосбережение в счетах на воду с повышением цен на воду – для тех, кто ее не экономит.

Это гарантирует то, что большинство граждан увидев эти льготы, воспримут их для себя.

## **Использование персонального обсуждения**

*Опыт UNICEF Проект интенсивного улучшения санитарно-гигиенических условий (Правительство Вьетнама)* показал, что недостаточно опираться только на демонстрацию общественных уборных и образовательный материал.

Соответственно, более 1200 человек были обучены по этому проекту. Мотиваторы активно содействовали осведомленности о водных ресурсах, улучшении санитарно-гигиенических условий через различные каналы, к примеру, такие, как митинги, визиты на дом и средства массовой информации.

## **Вовлечение маркетинговых агентств**

Попытайтесь узнать, создаются ли в вашей местной ТВ станции коммерческие телевизионные программы.

Просмотрите коммерческие каналы вместе с выбранной группой заинтересованной аудитории, дайте возможность выбрать понравившуюся программу и объяснить, почему. То же самое полезно сделать и в отношении коммерческой рекламы, плакатов и афиш.

## **Предварительное тестирование**

Подготовка тестов из сырого материала является чрезвычайно важной. Убедитесь, что есть достаточно времени, чтобы внести существенные изменения в материал после тестов.

Почему это так важно? Прежде всего, предварительное тестирование позволяет узнать, понятно ли содержание материала, достигнута ли цель сообщений. Во-вторых, предварительное тестирование позволяет узнать - что думают люди о выбранном проекте.

В крупных кампаниях большинство используемого материала проектируется людьми, очень сведущими в своем деле, например, художниками (афиши, плакаты для сельской общественности, фермеров).

## **2.4. Подготовка интегральных программ**

### **Установка индикаторов для оценки**

Использование оценочных индикаторов необходимо для определения, удачно ли проходит кампания, требует ли она совершенствования. Индикаторы следует устанавливать на стадии планирования программы. Количественные индикаторы дают возможность более объективной оценки.

### **Количественная оценка**

*UNICEF, Сания Проект (Буркина Фасо)* используют следующие индикаторы:

- охват детей начальных школ и воспитателей
- измерение фекального загрязнения рук (например у школьников)
- видимое загрязнение, обнаруженное на месте исследования

Программа по улучшению санитарно-гигиенических условий (Танзания) использует следующие индикаторы:

- количество маленьких детей, чей стул обнаружен в окрестности
- частота мытья рук перед едой
- чистота в доме, безопасное снабжение питьевой водой

- частота регулярного купания детей, стирки белья, одежды
- число посещений домов, имеющих бассейны.

### **Элементы интеграции в кампании**

Использование периодических сообщений

Водосберегательная стратегия рабочей группы (Канада) предлагает периодические сообщения, связанные с водосбережением в следующем порядке в зависимости от направления:

1. Осведомление и выявление интересов
2. Убеждение и мотивации
3. Обучение людей экономить воду
4. Меры стимулирования
5. Управление поведением.

### **Жюри потребителей**

«Жюри потребителей» представители целевых групп опрашивают для классификации идей, выбранных ими.

### **После тестовый анализ**

После тестовый анализ фокусируется на оценке материалов, после того как они напечатаны, вышли в эфир или использованы другим способом. Это может быть полезным для печати или выпуска передачи в малом масштабе на пилотной базе, чтобы провести тестирование прежде, чем публиковать в большом масштабе (Chris Fill, 1995).

### **Повторные тесты для закрепления**

Этот метод экзаменует воображение и восприимчивость, и дает возможность воскресить в памяти рекламу. Например, «День после тестов на память». В этом тесте респондентов спрашивали через день после рекламы в печати/радио:

- помнят ли они рекламу по теме вопроса (например, водосбережение)
- помнят ли они специфическую организацию (например: «водосберегательные органы» или «ремонт при утечке воды»)
- о чем был разговор, например о водосбережении/ремонте крана
- как выглядела реклама
- что она вам напомнила

Ответы записывались слово в слово. Помните, что это относительно дорогой метод.

### **Свидетельствование тестов**

Свидетельствование тестов обычно проводится в домах с примерно 200 жителями. Их спрашивают, видели ли они ту или иную рекламу. Журналы, прочитанные представителями, открывают на определенной странице, затем спрашивают, какую часть рекламы или макета текста увидел он или она. Записаны 4 вида данных:

- % читателей, запомнивших рекламу
- % читателей, вспомнивших увиденную или прочитанную часть рекламы
- % читателей, прочитавших более 50% рекламы
- % читателей, вспомнивших названия организаций.

## **Ясность – статус вашей организации**

Важно, чтобы общество знало, какая организация несет ответственность за проведение кампании. Должно быть доверие к источникам информации. Представление информации о деятельности вашей кампании является важным.

Хорошим примером является *Совет предприятий общественного пользования (PUB) (Сингапур)*, который опубликовал буклеты с информацией о своей организации, содержащей также характеристику водохранилищ и водных сооружений, историю PUB, обработку и распространение водных ресурсов и почему их следует охранять.

## **Обучение персонала**

### **Обучение учителей**

*Образование учителей в области водных ресурсов (Канада/США)* обеспечивает учебная программа учителей. Работой руководят профессиональные педагоги по водным ресурсам.

### **Обучение персонала и мотиваторов**

*Район Пинеллас (США)* организует ежегодную работу, помогающую педагогам донести в классы последнюю информацию о водосбережении.

### **Развитие художественных работ**

*Правительство Пакистана и региональная водоснабжающая группа (Южная Азия)* обучают художников в сфере развития коммуникаций. Когда необходимо, «пул художников» может быть нанят агентствами водного сектора.

### **Установка счетчиков**

*Водосберегательная Программа (Мехико)* планирует установку счетчиков. Высокие цены и использование счетчиков влияют на сокращение расхода воды. Эти меры сочетаются с проведением информационной кампании.

## **Цены**

*Албукерке, Водосберегательный офис (США)* ввел штраф за превышение использования воды более 200% от среднезимней величины.

### **Водосбережение на садовых участках**

*Остин, Водосберегающий офис, (США)* побуждает владельцев собственных домов экономно использовать воду для полива сада. Владельцы как новых, так и старых домов, которые прошли специфическое инструктирование, могут иметь скидки от 50 до 500\$. Также вознаграждается посадка живой изгороди, не требующей много воды.

### **Субсидии/свободное применение**

*Албукерке, Водосберегающий офис (США)* проводит добровольные проверки домов и добровольно устанавливает высокоэффективные душевые,

водопроводные краны и другие устройства. Программа по установке смывных туалетов предлагает скидки (100 \$) потребителям, если они заменят старую сантехнику на более эффективную модель.

### **Правила, укрепляющие финансовые соглашения**

*UNICEF Образование в санитарии и гигиене (правительство Китая).* Жители многих регионов, местные правительства приняли за правило, что общественные уборные должны быть построены в каждом доме. Залог RMB 200 в размере 24 \$ должен оплачиваться правительству округа при применении конструкции нового дома. Наличные деньги возвращаются сразу же после того, как построена общественная уборная и произведен ее осмотр.

### **Комбинирование со специфическим обслуживанием**

Многие организации предлагают своим потребителям разные виды обслуживания, такие, как основная информация, консультативный сервис, проверка утечки кранов, информация по телефону. Это преследует две цели: помочь потребителям ответить на их специфические вопросы и обеспечить хорошее обслуживание, что создаст положительное впечатление о кампании.

### **Добровольное инспектирование водных ресурсов**

*(EMBUD, США)* предлагает добровольное исследование водных ресурсов, чтобы помочь потребителям эффективнее использовать воду, что также снизит плату за воду. За время инспектирования предлагается добровольная установка водосберегающих приборов, например, душевых. Инспектирование водных ресурсов включает также оценку эксплуатации ирригационных систем.

### **Практическое руководство – орошение плантаций**

Темпе, Водосбережение, Аризона (США) предлагает руководство по поливу газонов, демонстрирующее измерение количества воды, идущей из ирригационных систем и способы повышения их эффективности.

## **3. ПРОПАГАНДА – АВТОРИТЕТЫ ВЛИЯНИЯ**

Политическая поддержка, наряду с поддержкой общественных и религиозных лидеров, дает кампании мощный стимул. Стратегические сети, привлечение политических, религиозных и местных лидеров - основное требование для успеха кампании.

Контакт с политиками и местными лидерами во время проведения кампании стимулирует их персональное привлечение. Лидеры играют существенную роль для открытой поддержки кампании в средствах массовой информации, внося определенные перемены в политику управления водными ресурсами.

Привлечение лидеров повышает общественное внимание к водным ресурсам, направленно влияет на выработку социальных норм.

### **3.1. Политическая пропаганда**

Коммерческие предприятия и крупные экологические группы усиленно овладевают искусством лоббирования и используют более позитивный термин - пропаганду. Действительно, мир становится деловым рыночным центром



информации. Важно содействовать экономичному использованию водных ресурсов, чтобы ваш голос был услышан на деловом рынке.

Необходимо разумное и стратегическое использование документов пропаганды, чтобы помочь политическим деятелям понять проблемы, связанные с водными ресурсами. Достойно совмещать комбинации лоббистов с техникой общественных отношений, например, пресс-конференции, проведение кампании через средства массовой информации.

Не следует забывать и о непосредственном влиянии избирателей. Хорошо известно, что политики полностью захватили средства массовой информации. Поэтому необходимо привлекать политиков для решения проблем, связанных с водными ресурсами.

## **Пропаганда**

*UNICEF, Образование в санитарно-гигиеническом секторе (Китай)* уделяет особое внимание пропаганде на различных уровнях, чтобы привлечь внимание властей на центральном и районном уровне. Это включает пропаганду митингов с национальными и провинциальными лидерами. Установление связей в процессе развития инициатив в других секторах, таких, как водное, сельское хозяйство, образование, окружающая среда тоже способствует успеху.

### **Дифференцирование заинтересованных групп в целях пропаганды**

*Земельный Проект Ренни (Южная Африка)* содействует экономичному использованию и восстановлению пресноводных земель в национальном масштабе. Он, главным образом, направлен на собственников ветландов/руководителей, водоохранных и консультативных сельскохозяйственных организаций, правительственных деятелей.

### **Стимуляция местных групп лоббистов**

*Кампания «Наши водные ресурсы» PWA/UNDP (Территория Палестины)* поддерживает создание групп давления, которые способствуют принятию долгосрочных решений, например, о строительстве водоочистительных станций.

### **Рабочие сети для пропаганды**

*Международная речная сеть (IRN)* работает с экологическими группами и группами по правам человека по всему миру. Например, IRN кампания против возведения крупных дамб стремится содействовать «общественно организованному речному развитию».

## **Газеты с новостями для политиков**

*Водосберегательная кампания, Хьюстон (США)* публикует «водосберегательные центры», ежеквартально распространяемые в муниципалитеты города, членам Советов, экологическим группам, государственным правительственным агентствам, заинтересованным в водосбережении.

## **Привлечение политических лидеров**

*Программа по усовершенствованию санитарного просвещения интегрированных школ (Южная Африка)* предлагает поручить политикам посещать школьные туалеты всякий раз, когда они посещают школы по проекту. Существует две причины для этой стратегии:

- поощрение школ, сохраняющих туалеты в чистом виде,
- дать политикам увидеть, что необходимо этим школам.

## **Правительство в качестве хорошего примера экономии водных ресурсов**

*Албукерке, Водосберегательный офис (США)* осуществил внутреннюю кампанию по водосбережению для сокращения водопользования городским правительством до 30%.

## **Исследования для поддержания усилий по пропаганде**

Отдельные кампании проводят или поддерживают научные исследования специфических тем, относящихся к водным ресурсам. Примеры таких кампаний *IRN (международная)* и *МАМА-86 (Украина)*.

## **Комбинация политического присутствия и внимания средств массовой информации**

Сигналом к тревоге является ухудшение водных ресурсов в Индоре (Индия). Ведущие газеты города «*Dainik Bhaskar*» и «*Nai Daniya*» объединились для проведения кампании по водосбережению. Во время религиозного фестиваля Холи газеты продолжали свою кампанию и убеждали граждан соблюдать «сухой Холи» - Холи без популярных водных пистолетов. Как часть этого движения экономии водных ресурсов, газета «*Dainik Bhaskar*» организовала митинги с главными министрами и учеными. Также были приглашены звезды кино и модели, для привлечения внимания. В первый день около 8000 детей принимали участие в конкурсе детского рисунка на тему водных ресурсов. Во второй день проводились женские митинги с участием моделей и активистов. На третий день проводились общественные митинги с участием главных министров, кинозвезд и экологов, дискуссии о возможности сокращения использования водных ресурсов в стране, при среднегодовом количестве осадков 800-900 мм. Газеты также использовали рекламу убеждая людей принять участие в водосбережении. Как побочный эффект, кампания помогла увеличить число читателей.

## **3.2. Религиозные лидеры**

Мировые религии представляют воду, как драгоценное благо, являющееся основой жизни и источником очищения. Религия ратует за старые и испытанные временем правила управления водными ресурсами – такие, как «харим» - правила ислама о грунтовых водах. Под эгидой религии начато движение по

накоплению грунтовых вод в Саучаштре в Гуджарате (Индия), которые изменили, казалось бы, необратимую тенденцию истощения грунтовых вод. Религия в сила призвать большое число верующих, многие из которых иначе не поддаются влиянию. (Из доклада на втором мировом Форуме по водным ресурсам, 2000).

### **Использование религиозных ценностей и норм для сохранения водных ресурсов**

*Движение Jamat Bersih - «Чистая Пятница» (Индонезия)* установила, что высоко бюрократический уровень правительства (которому не всегда можно доверять) будет иметь успех, пока используются религиозные каналы влияния на общество. Западная Администрация Ламбока сформировала районную команду, включающую Бурати (глава района) и 7 агентств, привлеченных в данный сектор для улучшения санитарных условий, охраны окружающей среды и воды. Команда посещала деревни, чтобы молиться и слушать проповеди, затем они проводили собрания вместе с деревенскими жителями для поддержания местных религиозных лидеров (Туан Гуру), обучали людей важности гигиенического поведения и необходимости каждой семье иметь уборную. Это были предварительные эксперименты привлечения гурусов в планирование семьи.

*Движение Jamat Bersih* содействует здоровому образу жизни через религиозную и социальную деятельность с целью улучшения стандартов общественного здоровья. Устройства для водоснабжения и канализации устраиваются в домах, молитвенных и других зданиях.

- Проект уделяет внимание личной, семейной и общественной гигиене.
- Все идущие в Хадж паломники должны показать письма сельских глав, подтверждающие, что они построили до отъезда туалеты для собственных семей или в помощь бедным семьям.
- Демонстрация уборных молодоженам.
- Разрешение на строительство жилья будет представляться, только если оно включает строительство туалетов.
- Сельские кооперативы должны иметь туалеты: им будут представлены займы, если они нужны для этих целей.
- Каждый округ требует наличия, по крайней мере, одного села со 100% охватом уборными и по крайней мере одного квартала в каждом селе со 100% охватом уборными.

### **Буклеты по водным ресурсам и санитарии в Исламе**

*WHO (ВОЗ), Региональный офис восточной части Средиземного моря* опубликовал буклеты из серии ислама по водным ресурсам и санитарии «Правильный путь к здоровью». Это помогает привлечь религиозных лидеров для повышения общественной осведомленности в сфере водных ресурсов. Брошюра была опубликована на нескольких языках, включая арабский и английский, и предлагает исламские поучения по воде и улучшению санитарных условий.

«Ислам охраняет окружающую среду, осуждает загрязнение и обязывает поддерживать праведное общество. Бог говорит, почему не было таких поколений прежде, вы честные люди, что проповедуете против загрязнения земли» (11:116).

Доктор М.Н. Khayat «Здоровая окружающая среда – перспектива Ислама» (серия WHO).

### **Привлечение имамов и священников, как добровольцев и агентов перемен**

*Программа сельского образовательного центра (VERC) (Помощь водным Ресурсам) (Бангладеш), обучая имамов и школьных учителей, содействовала гигиеническому образованию в пределах своих комитетов. После молитвы имамы организуют и возглавляют занятия по проблемам, имеющим отношение к личной гигиене и здравоохранению. На селе, где люди глубоко религиозны, их участие ускоряет реализацию проектов. Однако имамы ограничивают доступ женского населения, в качестве участников проектов.*

VERC привлекает также учителей как правительственных, так и неправительственных школ. Согласно программе, они проводят каждую неделю 45 минутные занятия по разным аспектам гигиенического образования.

### **Привлечение церковных священников**

*ЕОС/DICAC Проекты в Эфиопии.* Церковная служба организует встречи для комитета сельских руководителей или комитета пользователей водных ресурсов. Эти встречи содействуют образованию в здравоохранении. Занятия для преподавателей проводятся до и после церковной службы, во время кофейной церемонии, как общественные митинги и как часть защитных кампании. Однако привлечение проповедников, как общественных агентов здравоохранения, зачастую неэффективно, если они занимаются другой деятельностью и если они пожилые.

### **3.3. Привлечение других влиятельных лиц**

*Социально-мобилизационная программа UNICEF (Бангладеш) строит демонстрационные уборные в семьях влиятельных общественных членов. Санитарное оборудование устанавливается также в центрах здоровья.*

Программа разработала коммуникационные пакеты для 60 000 передовых работников здравоохранения, религиозных лидеров, таких, как имамы, и бангладешские сети работников неправительственных организаций.

### **Союз кадров и молодежная лига в качестве молодых предпринимателей**

*Проект UNESCO Санитарно-гигиенического образования (правительство Китая) поддерживает кадры, лидеров, женские федеративные союзы, молодежные союзы кадров и членов, взявших на себя руководство улучшением санитарного состояния уборных, расположенных близ дома или в самом доме. Таким образом, многие хорошие точечные модели распространяются посредством местных комитетов. Это доказано эффективностью скорого санитарного охвата многих областей. Программа организовала сельские санитарные комитеты, включающие в себя сельских лидеров/партийного секретаря, женщин, учителей, сельских врачей и других. Комитет направленно влияет на осуществление инициатив по водным ресурсам.*

О привлечении китайских сельских жителей говорится в следующем примере. В одном из районных округов сельские лидеры регулярно проверяли семьи по правильному пользованию и содержанию в чистоте уборных. Небольшие премии, такие, как мыло или полотенце были присуждены трем самым гигиенически опрятным семьям. Имена же неаккуратных семей были объявлены по сельскому громкоговорителю.

### **Демонстрация туалетов в домах известных работников**

*Espacios de Salud (Мексика)* содействует использованию «сухих» туалетов вместо тех, которые требуют большого количества воды. Они предлагают не строить первые демонстрационные туалеты для общественного пользования, т.к. известно, что общественные туалеты всегда грязные, а сухие туалеты септические и не являются исключением. Особый случай в Мексике, где обычные туалеты, в которых используется большое количество воды, получили популярность. Если общественные туалеты грязные, это может привести к их неприятию, если при посещении сухие туалеты будут более грязными, чем водные.

## **4. ПРИВЛЕЧЕНИЕ КОРПОРАТИВНЫХ И НЕКОММЕРЧЕСКИХ СЕКТОРОВ**

### **4.1. Работа с корпоративным сектором**

Существует ряд способов привлечения корпоративного сектора для повышения общественной осведомленности.

#### **Позитивное внимание средств массовой информации для эффективности проведения кампании**

*Водный Альянс для добровольческой эффективности (WAVE) (США)* поддерживает кампании по эффективному использованию водных ресурсов, давая технические советы и привлекая внимание средств массовой информации к компаниям по охране окружающей среды. Новые члены подписывают меморандум понимания, согласны исследовать оборудование, и где это необходимо, установить эффективные устройства в пределах запланированного рабочего времени. Они согласны проектировать все свои новые сооружения с использованием нового оборудования. Результаты прогресса сообщаются агентству по охране окружающей среды.

В соответствии с EPA экономия в канализованных сбросах и в плате за воду может составлять 30% с периодом окупаемости менее, чем три года. EPA помогает всем членам WAVE рекламировать свои водоэффективные программы. Поддержка включает общенациональный рекламный сервис, внутренние содействующие материалы и общественные выступления. Члены получают бесплатно программное пользование, обеспечение анализа использования воды и техническую поддержку, имеют доступ к общенациональной линии помощи.

#### **Соглашения о сотрудничестве с крупными пользователями**

*Сарагоса, Водосберегательный проект (Испания)* сделал предложение крупномасштабным пользователям воды, таким, как гостиницы, рестораны, бары, школы, чтобы информировать их об экологической и финансовой пользе от экономии водных ресурсов. Сотруднические соглашения заключены с 143 субъектами. Проект обеспечит их рекламными материалами (афиши, плакаты) и установит линии помощи по экономии воды.

*Водосберегательная стратегия Рабочей группы (Канада)* встречается один на один с крупными пользователями водных ресурсов для обсуждения их эффективного использования. Эта группа организовала специальные проектные комитеты, семинары и подготовительные работы с пользователями водных ресурсов.

#### **Организация «круглых столов»**

*Терринский Институт (США)* организует интерактивные круглые столы по охране заболоченных мест, в которых принимают участие общественные лидеры, бизнесмены, фермеры, правительственные официальные лица, консерваторы, и предлагают идеи на следующие темы:

- Создание партнерства и коалиций
- Финансирование, защита ветлэндов
- Работа с корпоративными партнерами
- Планирование использования земельных ресурсов и создания болотных угодий

Институт организует семинар по темам, касающимся заболоченных территорий: что такое болото? Какую функцию оно выполняет? Почему оно является ценным? Второй семинар посвящен «работе с вашими корпоративными партнерами» и привлекает местный бизнес к сотрудничеству по охране болот.

### **Компания по представлению жилища**

*Виннипег, Водосбережение* ведет сотрудничество с жилищными компаниями для включения в их проекты водосберегающих устройств.

### **«Чистая вода» фермерское руководство**

«Организация образования по водным ресурсам» (Калифорния, США) разработала руководство «Чистая вода для фермеров», крупных земельных и водных пользователей. Руководство состоит из простых недорогих брошюр, которые отвечают на вопросы, имеющие отношение к применению удобрений, условиям содержания домашнего скота, хранению пестицидов.

### **Содействие производству приспособлений**

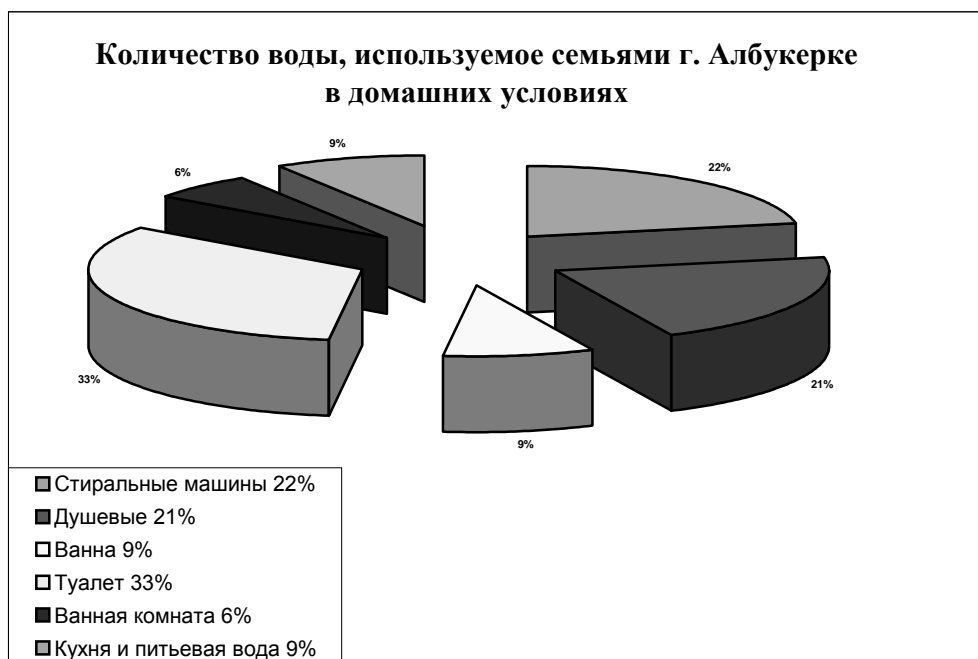
*UNICEF, Содействие улучшению санитарно-гигиенических условий (Танзания)* обучает местных ремесленников изготовлению уборных.

### **Установление льгот**

*Охрана водных ресурсов (Южная Африка)* имеет эффективно организованную систему льгот по использованию водных ресурсов заинтересованными группами лиц, такими, как курортные организации, местные власти, садоводы.

*Программа информации по водным ресурсам - (Колорадо, США)* сотрудничество программа водосберегающих, ирригационных округов, компаний по пользованию водными ресурсами, водной комиссии и Бюро мелиорации США.

Во время формулировки стратегий *Национальной общественной схемы для сбережения питьевой воды (Египет)* было проведено множество митингов и работ с правительственными агентствами, неправительственными организациями, общественным и частным сектором, промышленным сектором, высокоуровневыми ответственными лицами, а также с национальными и международными консультантами.



### **Цель специальных групп по занятиям**

*ENDA Tiers Monde (Сенегал)* поставила цель перед несколькими профессиональными группами, чья деятельность имеет отношение к качеству городского водоснабжения. Она обуславливает технический тренинг и организует дискуссии групп среди неформальных покупателей воды, фермеров, которые снабжаются водой с использованием водооборота и мелких предприятий, обеспечивающих строительство домов.

### **Присуждение награды конструкторам и строителям за водосбережение**

*Пинеллас, Предприятия общественного пользования, Водосбережение (США)* спонсирует ежегодное вознаграждение для строителей и конструкторов, использующих типовое ландшафтоведение и проекты по усовершенствованию водосбережения. Типовое ландшафтоведение означает проектирование садов таким способом, чтобы эффективно использовать воду, например, высаживая местные растения, т. к. экзотические растения требуют большого количества воды.

### **Компании, спонсирующие общественные мероприятия по водосбережению**

В течение года множество общественных мероприятий было организовано *AMWUA рекламной программой по сбережению (Феникс, США)*, спонсируемых такими организациями как Передовая долина, Солт ривер проект, Феникский зоопарк, ботанический сад, Феникский дом и сад.

### **Питомники для содействия низкого расхода воды**

Последние несколько лет ANA и AMWUA сотрудничают, чтобы накопить средства для продвижения на рынок растений, использующих малое количество воды (невлаголюбивые растения).

## **Компании, обеспечивающие материалы и учителей для тренинга**

*Иллинойс, средняя школа, Проект по грунтовым водам (США.)* Уникальным аспектом этого проекта является сотрудничество между государственными агентствами, местными коммерческими организациями и школами по распространению сведений о грунтовых водах, проведению опытов для определения качества воды. Учебный материал включает 300 образцов грунтовых вод, подаренных школе Иллинойса местными компаниями, агентствами и организациями. Обучение учителей осуществляется штатом сотрудников проекта с помощью иллинойского Департамента природных ресурсов, геологического центра, работников здравоохранения, местных поставщиков воды. Корпорации и государственные спонсоры, включающие иллинойскую компанию по водным ресурсам, иллинойское хозяйственное бюро и агентства по защите окружающей среды, объединились для обеспечения финансовой поддержки своих мероприятий.

## **Общественные предприятия предлагают средства для библиотек**

*Пинеллас, Водосбережение (США)* предлагает информацию об исследовании водных ресурсов и проблемах канализации в библиотеках, открытых для общественности и студентов. Предлагаются видео, журналы, газеты, периодическая печать, доклады по водным ресурсам.

## **Обозрение плана**

*Восточное муниципальное предприятие районного водоснабжения (США)* проводит обзор проекта промышленных конструкций для водного сервиса с целью экономии воды. Предлагаются скидки компаниям для выполнения мероприятий по водосбережению. Прежде чем принять программу скидок, потребители представляют на рассмотрение предложения, какое количество воды будет сэкономлено. Скидки вводятся по мере выполнения мер водосбережения.

## **Швеция – использование работников информационных школ**

*Стокгольм, Компания по водным ресурсам (Швеция).* Школьный проект стокгольмской компании по водным ресурсам хорошо известен. Работники информационных школ дают уроки в городе, где ежегодно собирается около 5000 студентов. В дополнение - один день посвящается программе обучения учителей.

## **Присуждение награды за эффективное использование воды**

*Водные ресурсы Великобритании и Агентство по окружающей среде* организовали присуждение наград за эффективное использование воды и обеспечение творческих подходов к охране воды. Инициативы, представленные на рассмотрение, включают управление водными ресурсами в строительстве, промышленности, образовательные и информационные кампании. Вознаграждение подразделяется на различные категории для разных видов инициатив.



## **Пошаговое планирование экономии воды для компаний**

«Темза, водные ресурсы» (Великобритания) изготовила брошюры, предлагающие практическое руководство для своих коммерческих потребителей по вопросу экономии водных ресурсов. Систематически обсуждаются в брошюрах три шага экономии водных ресурсов:

Шаг 1. Учет потребления воды.

Шаг 2. Поиск и устранение утечек воды.

Шаг 3. Снижение потребления.

Шаг 4. Обеспечение эффективного использования воды в пределах организации.

## **Стимуляция производителей приспособлений для экономии воды**

Сарагоса, Проект экономии водных ресурсов (Испания) стимулирует торговлю водосберегательными технологиями внесением изменений в правила и тарифы. Для профессионалов вводятся обучение и информация. Направленная рыночная деятельность осуществляется вместе с производителями, дистрибьюторами, торговцами в розницу и водопроводчиками.

### **4.2. Работа с неприбыльным сектором**

Другим важным аспектом в планировании кампаний по изучению общественного мнения является работа с неприбыльным сектором. Сегодня на местном, национальном и международном уровне действует большое число негосударственных организаций. Некоторые являются самостоятельными, в то время как другие близко связаны с правительственными органами или международными организациями (ООН, Всемирный Банк и др.) Некоторые комитеты имеют прямую связь с общественными лидерами, в то время как имеют доступ к большим рабочим сетям людей и организациям на национальном и международном уровне.

Неправительственные организации могут привлекаться после стадии планирования кампании, но всего продуктивнее привлекать их на ранней стадии. Это поможет полностью использовать потенциал разных партнеров.

### **Проект лидирующих групп**

UNICEF, улучшение санитарно-гигиенических условий и гигиеническое образование (Китай). Для наблюдения за осуществлением проекта на провинциальном, окружном и районном уровне организован проект лидирующих групп. В состав этих групп входят губернаторы и вице-губернаторы, председатели и директора родственных агентств, например, специалисты по водным ресурсам и здравоохранению, женские федеральные союзы, средства массовой информации, молодежные лиги и бюро управлений земельными ресурсами. Члены групп обеспечивают проведение кампании в широком ряде секторов.

### **Связь с общественными организациями**

Комитет озера Моно (MLC) - организация, предлагающая образовательные программы и работы по обеспечению водосбережения. Он учредил совет водосбережения Лос-Анджелеса (LAWCC) с местными общественными организациями и другими заинтересованными группами на неофициальной платформе. Такие общественные группы привлекаются для добровольного

распространения ультрасмывных туалетов. Эти туалеты могут быть приобретены в одном из общественных центров. Общественные организации также посещают озеро Моно, являющееся частью экспериментальных программ на открытом воздухе. Приветствуется присоединение новых групп.

Примерами привлечения групп является развитие общественных корпораций, включающих американо-азиатскую программу о злоупотреблении наркотиками: «Голгофа», Баптистские дома Иглесиас Подер де Диос (небольшая общественная церковь с основными общими обязанностями), корейский молодежный центр, Центр мероприятий, комитет по общественному труду.

### **Работа над общественными мероприятиями**

*Сан-Франциско, Департамент водных ресурсов (США)* продает приспособления для экономии воды с проведением таких мероприятий, как соревнование на лучший костюм человека. Это было организовано вместе с банком питания Сан-Франциско. Все, кто принес кастрюлю с едой, имел право голосовать за самый лучший праздничный костюм по категориям «самый жуткий», «самый красивый», «наилучшие впечатления от празднования» и «лучшая тема по водным ресурсам». Организуется ярмарка здравоохранения, в которой принимают участие окружные организации.

### **Научный центр**

Коллегия предприятий общественного пользования (Сингапур) работает вместе с сингапурским научным центром для организации соревнований по экономии водных ресурсов.

### **Создание международных рабочих сетей**

«*Оживляйте реки!*» Инициатива, обращающая внимание молодежи на познание окружающей среды и управление ею. Она связывает Аквариум молодежной добровольческой команды с группами в США (Аквариум Сиэтла), Нью-Браун (научный центр морских охотников), Китай (проект Зеджиан по охране окружающей среды) и Шензенское Бюро по проекту защиты окружающей среды.

### **4.3. Комбинирование усилий кампаний**

Иногда может быть полезным объединение кампаний. Конечно, основным требованием является единство кампаний. Программы по грамотности предлагают объединение кампаний по водным ресурсам с гигиеническими навыками. Польза совместной работы очевидна: это снижение цен, повышение компетенции и более широкая сфера деятельности кампании.

### **Справочник окружающей среды**

«*Остин, окружной справочник (США)*». Это буклет с сопроводительной информацией в деревянном переплете о древесном покрове, переработке отходов, зеленых насаждениях, водосбережении и транспортных средствах, опасных загрязнениях и качестве воздуха в Остине. Он содержит информацию нескольких окружных кампаний и включает перечень экологических групп, их адреса.

### **Связь кампаний с оздоровлением города**

UNICEF объединил китайский проект охраны окружающей среды и улучшения санитарных условий с кампанией по оздоровлению города (провинция Хенан). Кампания по оздоровлению города провела успешные эксперименты превращения одного из них в провинциальную модель, где канализационные системы и хорошие общественные уборные служат примером для других. Провинция планирует проводить эти кампании для улучшения санитарных условий по всей ее территории.

### **Водные ресурсы и местные языки**

Проект «Вода – мой друг» (Колумбия), создает детские истории: мифы, легенды об использовании воды аборигенами в Колумбии. Они переведены на 3 местных языка в стране Вайунаки, Эмбера и Пэз. Проект стремится повысить устное и письменное развитие этих трех языков и пересмотреть родовые традиции, связанные с водными ресурсами, глазами детей. Истории распространяются через существующие «Клубы защиты водных ресурсов», привлекающие школьников и учителей для охраны водных ресурсов. Клубы учреждены в 200 школах и насчитывают 12500 членов.

## **5. ОБРАЗОВАНИЕ И ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ**

Огромное внимание уделяется образованию детей и молодежи по темам, связанным с водными ресурсами. Сегодняшние дети рано или поздно будут решать задачи использования наших водных ресурсов. Образование позволит будущему поколению экономно использовать водные ресурсы.

Образовательные организации обладают уникальными возможностями для повышения знаний, т. к. они обучают большие группы людей. Когда учителя неквалифицированы, темы образовательных программ по водным ресурсам и гигиеническим навыкам могут быть скомбинированы с программами по грамотности и/или обучением учителей.

### **Цели для программ**

Большинство программ по водным ресурсам фокусируются на повышении знаний, изменении отношения к водопользованию. Отдельные программы идут дальше, вовлекают детей и молодежь в более широком масштабе. Примеры - обеспечение приборами по экономии воды, строительство уборных и т.д. Более подробно эти аспекты будут рассмотрены в 6 главе.

Выбор материалов для учебной программы по водным ресурсам зависит от нескольких факторов:

- Возраст детей
- Темы, относящиеся к водным ресурсам в городских/региональных школах (обучение детей охране питьевой воды в областях с изобилием воды, конечно, не так полезно, как введение этого предмета в засушливых регионах).

## **5.1. Подготовка школьных программ. Активное привлечение школ к проведению кампании**

*Кампания по осведомленности по водным ресурсам UNDP/PWA (территория Палестины)* организовала свою школьную кампанию посредством проведения семинаров с учителями шести школ. Каждая школа образовала комитет по водным ресурсам и улучшению санитарно-гигиенических условий, в состав которого входят сами студенты. Опыт показал, что очень важны последующий мониторинг и посещение участвующих школ. Завершила программу финальная встреча, организованная студентами.

### **Обучение учителей**

*Образование учителей (проект WET)* является интересным примером программы, которая подготавливает учебные планы и материалы по ряду тем, касающихся водных ресурсов, и уделяет большое внимание обучению учителей, использующих данные программы. Проект WET «Учебный план и руководящие принципы» полезен всем официальным и неофициальным педагогам. Они получают минимум - шестичасовое обучение. Программа стартовала в США, но сейчас спонсируется международными программами WET совместно с другими организациями.

### **Стимуляция местных школьных программ**

*Поисковая программа, ICRO (Словения)* снабжает материалы школы через почтовую систему министерства образования. ICRO побуждает школы разрабатывать собственные инициативы, имеющие отношение к экономии водных ресурсов. Примеры имеющихся инициатив это - организация соревнований, включение проектов по решению проблем, касающихся местных водных ресурсов. Школы привлекают средства массовой информации для публикации результатов инициатив. Школьные результаты проведения проекта публикуются в газетных статьях. Победившей школе или классу присуждается приз - образовательная поездка.

### **Группы качества**

Предложенные *профессорско-преподавательским составом технического университета в Бандунге (Индонезия)*, «творческие группы по определению качества жизни и окружающей среды» начали работать. Группы качества поддерживаются и дают возможность учителям и руководителям создать учебный процесс, стимулирующий творчество и бережное отношение к окружающей среде. После 5 лет проводимой операции движение объединило 300 школ.

### **Стихотворения о природе и соревнования по искусству**

Тысячи американских детей от детского сада до школьников 12 класса принимали участие в «Реке слов» - международных соревнованиях в поэзии и искусстве, в которых дети представляют и интерпретируют местный водосбор посредством искусства. Стартовавшие в США организованные по всему миру международные речные рабочие сети сейчас открыты для детей.

## **Связь школ посредством Интернета**

Некоторые образовательные проекты используют Интернет для связи между школами, распространения информации и идей. Примеры: Всемирная речная рабочая сеть образования в окружающей среде, речные проекты и Акватокс. См. также главу 6.

## **Громкоговорители, доступные школам**

*Аврора, США* поставляет принадлежности и проводит ряд презентаций, необходимых школам. Темы касаются процесса обработки воды, изучения водосбора, истории водных ресурсов и водоснабжения. Для презентации школы вызывают Аврору по расписанию в свои классные комнаты.

## **Летний лагерь**

*Пинеллас, коммунальные предприятия, Водосбережение (США)* организует водосберегательный летний лагерь для учащихся начальных и средних школ, где проводятся уроки по водным ресурсам и их охране, экскурсии.

## **Школьные пакеты и учебный план**

*Программа социальной мобилизации UNICEF (Бангладеш)* первоначально фокусируется на детях 1-3 классов. Используется следующий пакет деятельности: игры, песни, простые чертежи, комиксы и демонстрации, объясняющие распространение микроорганизмов.

## **Темы водных ресурсов в школьных программах**

Японское общество по охране природы воздействует на национальное правительство, чтобы добиться решения проблемы водных ресурсов, включив ее в регулярный учебный план.

*Водосберегательная стратегия рабочей группы (Канада)* предлагает школьные программы, включающие следующие материалы – книги, игры, видео CD-диски, соревнования на лучший плакат, внутриклассовые визиты и демонстрации, руководство «обучение учителей» и руководство по составлению учебного плана.

*Информацию о том, где найти существующую учебную программу, школьные пакеты и другие материалы, включены в приложение 2.*

## **Экскурсия по теме ухода и полива растений**

*Коммунальные предприятия Пинелласа (США)* организуют экскурсии по полям, лабораториям коммунальных сооружений, эксплуатационным сооружениям, заводам по переработке использованной воды. Эти экскурсии популярны как для взрослых, так и для студентов.

## **Соревнования на лучший плакат**

*Аврора, Водосбережение (США)*, Студенты участвуют в ежегодных национальных соревнованиях на лучший плакат о питьевой воде. Призы присуждаются в приемной муниципальной управления.

### **Темы, относящиеся к водным ресурсам, используемым в школьных программах Эфиопии**

В Эфиопии предмет по использованию водных ресурсов вводится в 1-2 классах школьной учебной программы. По биологии введены темы по использованию воды в рыболовстве и сельском хозяйстве, методы охраны и влияние загрязнения. Базисная учебная программа предусматривает гигиену, санитарии. В естественных науках изучаются источники и качество воды.

## **5.2. Внутриклассные идеи**

### **Интеграция проблем по водным ресурсам в регулярных школьных предметах**

Проблемы водных ресурсов могут быть легко интегрированы в регулярные предметы, преподаваемые в школах. Самостоятельный предмет «Водные ресурсы» – даст возможность объединить практические жизненные ситуации, что предпочтительнее, чем фокусировать внимание на абстрактных темах. Это заставляет детей размышлять о существующих проблемах водных ресурсов в их городах и регионах.

### **Изучение литературы студентами**

Студенты могут сами проводить исследования по теме использование воды. Конечно, важно иметь доступ к публикуемой информации и, если возможно, к содержанию информации в Интернете.

В следующей части обращаем взгляд на вопросы, на которые студенты отвечали во время исследования проектов и интегрирования водных тем в регулярную школьную программу.

### **Водные ресурсы и история**

- Создание рассказов/ исторические события, связанные с водными ресурсами в вашем регионе.
- Идентификация прошлого/нынешнего использования водных ресурсов, влияющих на количество и качество воды.
- Исследование будущего использования/расширения рек, озер, водосбора.
- Сравнение изменений в использовании рек в течение ряда лет.
- Как люди оценивают водные ресурсы? Как выражены эти ценности в музыке, литературе и искусстве?

## **Водные ресурсы и законодательство**

Подготовка сведений о местном законодательстве о водных ресурсах

### **Водные ресурсы: география**

Проблемы водных ресурсов обсуждаются по всему миру. Дискуссии включают следующие темы: что случится, когда воды слишком много или ее количество недостаточно? Что было сделано людьми в прошлом для решения данных вопросов? Что является основным источником воды в вашей местности? Кто является самым крупным потребителем воды? Какой % воды использует сельское хозяйство, промышленность, коммунальные услуги и люди?

### **Вода и химия**

- Как определяется благоприятное состояние водного пути? Какие типичные тесты отображаются? Какие результаты тестов хорошие? Что можно определить визуальными способами? Представление тестов по водотоку.
- С какими проблемами окружающей среды сталкивается водосбор, что предпринимается для их решения?
- Где появляются загрязнения?
- Как работает водонапорная башня? Где берет воду школа?

### **Водные ресурсы и язык, искусство**

- Создание брошюр по водным ресурсам
- Создание календаря кампании с фото, графиками и информацией по интересующей теме.
- Чтение газет и поиск статей на тему водных ресурсов.
- Проектирование брендов (лозунгов и эмблем) для водных кампаний.

### **Вода и география**

- Составьте карту или модель вашего водосбора (из глины или / папье-маше). К какому водному бассейну ваша школа? Каковы границы водосборов? Как они определяются?
- Из какой реки вы получаете воду?
- Пригласите планировщиков города обсудить главные изменения, запланированные для местного водозабора на текущий год. Как повлияют эти изменения на реки вашего региона?
- Пригласите кого-нибудь, чтобы объяснить географическую информационную систему. Как изменить способы контроля окружающей среды?

### **Вода и математика**

- Сравните загрязнение водотока в течение года
- Составьте график роста загрязнения водотока
- Проследите периоды паводков.
- Проанализируйте стоимость очистки.
- Составьте график, какое количество воды используется домами, семьями.

(Основано на необходимости увеличения учебного плана по водосбору, [www.beesinc.org](http://www.beesinc.org)).

## **Внутриклассные демонстрации**

### **Демонстрация водного цикла**

Простые примеры могут быть полезны для детей, чтобы показать свойства воды. Эти знания послужат для планирования будущих уроков.

Покажите классу кубик льда в чашке (или в другом сосуде) и спросите, из чего он состоит. Когда лед плавится, обсудите различия между жидкой и твердой фазой. Оставьте чашку на несколько дней и затем обсудите, что произойдет. Когда вода испарится, понаблюдайте за стенкой чашки и обсудите откуда образовалась «пленка» и каков ее состав. Нагрейте воду в металлическом чайнике, подставьте зеркало под струю пара и наблюдайте. Обсудите, как вода становится паром и возможно ли ее движение в воздухе (старшая школа Кинди Миллер, США, Исследователь учебного плана).

### **Модель цикла воды**

*Агентство по защите окружающей среды (США)* предлагает приготовить простую модель для показа детям того, как происходит водный цикл.

### **Модель водоносного слоя**

*Агентство по защите окружающей среды (США)* предлагает строительство модели водоносного слоя, которая может быть использована для классных дискуссий о потенциальных источниках загрязнения при обеспечении питьевой водой.

Чтобы подготовить модель:

- Используйте чистый резервуар со следующими величинами: длина 50 см, ширина 20 см, глубина 15 см.
- Измерьте с одной стороны соломинкой со дна количество выпитой воды: «скважина».
- Всыпьте слой белого песка, чтобы покрыть дно приблизительно на 3 см: «водоносный слой».
- Следующий слой - равномерный слой моделированной глины, т.е. «водонепроницаемый слой» (однако не покрывающий песок).
- Следующий слой составляют горные породы аквариума (очищенный гравий), он покрывает полностью резервуар.
- Сделайте небольшой холм, покрытый зеленым войлоком, используя глину прикрепите его к стенке резервуара.

Эта модель демонстрирует воздействие сельскохозяйственных и газонных химикатов на грунтовые воды. Разбрызгивайте какао и другие пищевые красители на возвышенность (или другое окрашенное легко растворяющееся вещество). Посмотрите что произойдет, когда вы распылите на него воду.

Загрязняйте «водоем» пищевыми красителями и наблюдайте эффект «водоносного слоя».



## **Эффект термического загрязнения на поведение пресноводных обитателей**

Охлаждение ядерных или тепловых электростанций может стать причиной повышения температуры в водотоке. Цель этого опыта - демонстрация эффекта повышения температуры воды на количество растворенного в воде кислорода. Медленно теплеет вода из холодных вентилируемых водоемов, содержащих мелкую рыбу. В этот момент опустите в воду термометр и создайте движение воды. Уменьшайте источник нагревания на каждые два градуса Цельсия и измеряйте кислород в жабрах пойманной рыбы, используя секундомер. Сделайте график результатов. Обратите внимание, что бы рыба не начала плавать или пугливо биться; тогда необходимо вернуться к холодной воде.

### **Эксперименты и тесты на качество воды**

#### **Тестирование на качество воды: развитие луковицы (Акватокс 2000)**

Тест предлагает выращивание луковицы "*Allium cepa*". Серия из шести маленьких луковиц помещается в испытательной камере, содержащей образец тестируемой воды. Одна серия готовится из бутылки с чистой водой для контроля. Луковицы удаляются из камеры через 72 часа, и измеряется длина их корней. Средняя длина корня испытываемого образца сравнивается с контрольным. Отклонение в росте корней от нормы используется как индекс токсичности.

#### **Тестирование качества воды: развитие семян салата (Акватокс 2000)**

Дно чашки Петри покрывают адсорбирующей бумагой (полотенечная или фильтрационная бумага), смачивается водой тестируемого образца и чистой водой из контрольной бутылки. 20 зерен салата хранят в каждой чашке. После того как зерна прорастут через 48-72 час, чашки Петри открываются и с помощью линейки измеряется длина корня каждого зерна. Подсчитывается средняя длина корня и сравнивается с контрольным. Отклонение от нормального роста корней используются как индекс токсичности. Этот тест похож на тест с луковицей, но дают разные результаты для нескольких токсичных веществ.

#### **Тестирование качества воды: токсический эффект пресноводной гидры (Акватокс 2000)**

Для количественного определения биологической активности используют реакцию пресноводного растения *Hydra sp* на токсические вещества, как индекс загрязнения воды. Культура «Гидры» легко сохраняется, при использовании особых полезных микроорганизмов. Гидры помещают группами в три маленьких пластиковых резервуара, содержащих тестируемую воду, и наблюдают в течение 4 дней. Гидра приобретает специфическую форму в присутствии токсических веществ, это позволяет легко определить индекс токсичности.

#### **Микробиологическое загрязнение фекальным источником**

Микробиологическое загрязнение определяется поиском «наблюдательных бактерий» (называемых «индикаторные бактерии»), живущих в тонком кишечнике человека и животных. Эти бактерии вырабатывают сероводород - газ с запахом тухлых яиц, как промежуточный продукт пищеварения. Чтобы проверить наличие этих бактерий в воде, введите их в контакт с полосой адсорбирующей

бумаги, пропитанной питательными веществами плюс индикатор. Индикатор становится черным после контакта с сероводородом.

### **5.3. Другие виды деятельности**

#### **Интервью со специалистами**

Попросите кого-нибудь из научно-исследовательского института, канализационной компании или поставщиков питьевой воды прийти в класс для презентации и дискуссии по их водному бизнесу. Организуйте визиты в их учреждения.

#### **Проведение общественного интервью по теме о водных ресурсах**

Попросите студентов составить вопросник-анкету с вопросами, как общественность на практике занимается проблемами водных ресурсов.

#### **Визиты правительственных представителей для обсуждения вопросов по водным ресурсам**

Пригласите законодателя в класс для обсуждения того, какие идеи отражены в водном законодательстве, каковы наши гражданские обязанности (источник информации: [www.beesinc.org](http://www.beesinc.org)).

#### **Студенты проводят виртуальную учебную программу по разделу водных ресурсов**

*Коммунальное обслуживание Пинелласа, Водосбережение (США)*, предлагает ежегодную школьную учебную программу на 8 недель, включающую однодневные экскурсии. Согласно программе студенты знакомятся с управлением Департамента коммунальных услуг, проходят раздел водных ресурсов, изучают показания счетчиков, производство расчетов, подачу информации о водосбережении в средства массовой информации.

#### **Планирование общественных митингов**

Студенты смогут посещать встречи для обсуждения проблем местных водных ресурсов, а затем проводить такие же у себя в классах, оттачивая свое умение вести дискуссии ([www.beesinc.org](http://www.beesinc.org)).

#### **Большая книга водных ресурсов – пусть дети фантазируют**

*Сарагоса, Проект экономии воды (Испания)* использует книгу с бланками, в которую городские дети записывают свои предложения по экономии воды. Проект призывает детей к экономии воды посредством водосбережения. Они сохраняют и сравнивают ежемесячные счета на воду и проводят регистрацию в книге экономии водных ресурсов.

### **Схема: рассказ с рисунками, составленный учителями**

*SAWA (Камбоджа)* готовит школьный учебный план, содержащий 11 уроков, на которых уделено внимание общественным уборным, защите чистой воды, личной и общественной гигиене. Учебная программа сопровождается 27 большими плакатами, рассказами о гигиене и схемами ручной стирки. Гигиенические карты состоят из серии картин, по которым учителя составляют рассказы. Следующее предварительное тестирование - обучение учителей пользованию этими картами. Обнаружилось, что учителя проявили энтузиазм в использовании учебной программы, а дети стали передавать полученные в школе сведения о гигиене своим семьям и соседям.

### **Создание плакатов по окружающей среде**

*STREAMS (США)* предлагает привлекать студентов к созданию плакатов по окружающей среде, помещать статьи в школьные стенгазеты, выступать в классах, и готовить презентации для организаций, занимающихся окружающей средой.

### **Коллекция студенческих статей о реках**

В речном проекте (США) школы «занялись» определенными реками. Дети используют «22 принятые» реки как темы для стихотворений, рассказов, социальных и природных исторических исследований и научно-исследовательских докладов. Сборники студентов-писателей называются «Колебания» и издаются дважды в год.

### **Введение экономии воды в привычку с помощью афиш и плакатов**

Совет общественных предприятий по коммунальным услугам (Сингапур) подготовил школьный пакет, включающий брошюры с плакатами. Брошюры показывают, как можно экономить воду.

### **Подростковые газеты**

*Гайа*, экологическая неправительственная организация, Грузия издает ежемесячные подростковые газеты со страницей об окружающей среде.

## **6. МОЛОДЕЖЬ В КАЧЕСТВЕ ПОСОБНИКОВ И АКТИВИСТОВ**

Водный сектор начинает признавать важную роль детей и молодежи. Дети проникаются идеями экономного расходования воды больше, чем взрослые, только что прослушавшие лекцию о важности разумного использования водных ресурсов.

### **Распространение эффективных туалетов школами**

Комитет озера Моно, Лос-Анджелес (США), работа совместно со студентами и школьниками по распространению экономящих воду туалетов в их школах. Школа получает 5-10 \$ от комитета озера Моно за каждый реализованный по ее агитации туалет.

## Студенты устанавливают эффективное оборудование

Национальная энергетическая организация обеспечивает школы материалами с эффективной программой безопасного использования воды и энергии. Она также распространяет контрольные формы для проверки использования воды в доме. Пакет включает письмо родителям, сумку для определения утечки воды и цветные таблетки для определения постоянной утечки воды.

## Студенты объясняют школьникам о проблемах водных ресурсов

*Комитет озера Моно, Лос-Анджелес (США).* Студенты старших и средних классов изучают экосистемы бассейна озера Моно, водосбор, водные ресурсы, водосбережение. Студенты идут в начальные классы соседних школ, где они - популярные учителя.

### 6.1. Молодежь и экологическая ценность воды

*STREAMS Учебная программа (США)*

Во время проекта STREAM студенты:

- Осуществили **контрольные замеры качества воды** местного водотока. Они обеспечивают данными программу контрольных тестов качества воды всего местного сообщества.
- **Написали письма** местным властям: а) о просачивании в общественный водоток грунтовых вод, в результате чего общественность получила грант 250000\$ США.
- Вовлекли в **общественное образование** управление земельными ресурсами.
- Провели **общественную презентацию** своих экологических работ и поисков, написали политическим лидерам о своем отношении к окружающей среде, издали буклеты о действии бытового загрязнения на окружающую среду.

### Дети в средствах массовой информации

*Дети за безопасность земли (KSE) (США)* поощряет детей обсуждать проблемы окружающей среды, за что они получают вознаграждение от «защитников планеты». Если они посылают статью в KSE, они получают знак «защитник природы». KSE обеспечивает стандартный выпуск информации в Интернете для детей.

### Изучение циклов бассейна рек

*Waterwatch, Виктория, (Австралия).* Студенты и учителя школ Виктории участвуют в изучении циклов бассейнов рек (CLSs). Студенты исследуют местные водотоки, проводят физические и химические исследования, изучают естественную среду своего контрольного участка. Общественность обращает внимание на местные ручьи, озера, реки.

Студенты используют данную информацию для составления плана охраны контролируемого участка. Некоторые школы запланировали дни для посадки новых растений. Молодежные группы охраны земельных ресурсов, разработали также организацию общественных выставок во время Национальной водной недели (Waterwatch, Виктории – часть наиболее важной инициативы, Waterwatch, Австралия)

## **Присуждение наград за экстраординарные предложения по охране окружающей среды**

*The Sun Foundation and River Project (США)* организует присуждение наград «Создание волн», являющихся частью фестиваля. Награда присуждается старшим классам за интересные предложения по охране и восстановлению водной среды и выполнение программ по охране окружающей среды и экономии энергетических ресурсов.

### **Экологические экспедиции**

*Jaik Ural, Проект по привлечению молодежи для охраны окружающей среды (Казахстан)* организовал экологические экспедиции. Группы молодежи изучает влияние человека на Урал-реку и осуществляет проекты по улучшению охраны окружающей среды. Другие виды деятельности включают очищение малых рек и озер, устранение отходов. Итогом данного проекта были очистка от мусора берегов и каналов.

### **Программы по очищению рек**

*Кампания под названием «Любите свои реки» (Малайзия).* Речные бригады состоят из студентов колледжей, выполняющих очистку рек. Бригады собрали мусор, стабилизировали берега малых рек.

### **Разработка поддержки рабочей сети**

*Всемирная окружная образовательная рабочая сеть (GREEN)* дает возможность молодым людям взять на себя улучшение и сохранение водосбора в своей округе. GREEN обучает людей определению качества воды в пределах их водосбора и использование полученных данных для принятия решений.

GREEN обеспечивает своих участников оборудованием для мониторинга воды.

**Пример из GREEN:** Весной 1984 группа студентов старшей школы, расположенной на Хуран-реке в Энн Арбо, (Мичиган), решила провести исследование индивидуальной связи гепатита с рекой Хурон. Их учитель связался с доктором Вильямом Стэппом (организатор GREEN) и другими преподавателями университета Мичигана, а затем приступили к программе контроля качества воды.

В реке было обнаружено большое количество фекальных кишечных бактерий из-за сбрасываемых сточных вод, эти сбросы остановили и через несколько недель река стала очищаться.

### **Молодежь привлекает общественность**

*Программа школьная деятельность по водным ресурсам (SWAP)* организована университетом Стэлинбош в Южной Африке в 1992 году как местный филиал GREEN. Это оригинальное стремление помочь учителям разработать учебные программы, обращающие внимание на проблемы окружающей среды. SWAP помогает детям проводить исследования качества воды в реках и привлекать общественность к управлению водными ресурсами.

SWAP в Южной Африке привлекла сотни школ для исследования бассейнов рек. Экспертиза и материалы непрерывно распространяются через рабочую сеть.

### **Студенческие исследования болот и устьев рек**

*Живые реки (Канада, США и Китай)* - привлекают студентов как для проведения исследований, так и для других видов деятельности. Собираются и сравниваются образцы качества воды, анализируются беспозвоночные, исследуется растительность. В нескольких областях восстановление болот завершено.

Кампания «Оживление рек» помогла молодежи провести первые самостоятельные опыты по анализу окружающей среды, и, что более важно, развить чувство управления окружающей средой.

### **Студенты собирают данные качества воды**

*Проект речной учебной программы (США).* Студенты собирают и анализируют водные образцы на различных испытательных участках. Полученные данные используются рядом государственных агентств. Изучение рек также включает исторические, социальные и/или экономические аспекты рек. Учебные темы по рекам включены в следующие предметы: биология, химия, искусство, наука, география, языки и математика. Свыше 400 школ США и Канады привлечены к проведению учебных занятий по предложенной программе, к ним приехали учителя из разных стран. Учебные сессии организуются в июле и августе каждого года.

### **Проект по грунтовым водам для школ**

*Средняя школа Иллинойса, проект грунтовых вод (США)* дает образование по грунтовым водам, стремясь повысить общественную осведомленность. Проект включает в себя сотрудничество государственных агентств, местных организаций и школ. Местные компании и агентства подарили модель грунтовых вод для использования в данной программе. Общее сотрудничество представлено учебным планом речного проекта. Студенты проводят тесты на качество воды. Они измеряют щелочность, нитраты, pH, присутствие хлоридов, железа и тяжелых металлов. Набор инструментов для опытов и спецодежда предоставляются речным проектом. Привлечены свыше 200 школ из 3-х регионов Иллинойса.

### **Рабочая сеть школ Акваторкса: простые тесты на определение качества воды**

Согласно инициативе Акваторкса 2000 используются простые недорогие тесты для измерения химической токсичности и микробиологического загрязнения образцов воды из местных водоемов. Интернет помогает участникам обмениваться информацией.

Цели рабочей сети Акваторкса:

- Помочь участникам понять важность защиты водных ресурсов
- Привлечение студентов к размышлениям о защите окружающей среды, к постоянному усовершенствованию решения социальных проблем и проблем здравоохранения в своем регионе и в мире.
- Дать возможность учителям изучать со студентами практические проекты, которые пересекаются с научными дисциплинами и связаны со здоровьем человека и экосистемами.

### **6.2. Молодежь и улучшение санитарно-гигиенических условий**

Отдельные санитарно-гигиенические проекты уделяют внимание школьникам с целью более широкого охвата общественности. ЮНИСЕФ, «Помощь водным

ресурсам», правительство, ряд других организаций проводят программы по привлечению детей и молодежи к содействию введения общественных уборных и гигиеническому образованию. В следующих разделах обсуждаются эти и другие инициативы.

### **Школьники и учителя в качестве главных пособников**

*Правительство Бангладеш* внедрило проект по водным ресурсам и гигиеническим навыкам в сельских регионах Баризала. Это была первая попытка правительства мобилизовать ряд социальных норм и общественные группы для улучшения санитарных условий. Быстрая оценка показала, что школьники и учителя внесли существенный вклад в проект.

### **Содействие родителей в строительстве уборных**

Опыты *Программы социальной мобилизации UNICEF (Бангладеш)* показали, что школьники могут эффективно помогать родителям строить, использовать и сохранять семейные уборные в чистом виде.

### **Энтузиазм**

*UNDP и Проект водоснабжения и улучшения санитарно-гигиенических условий Всемирного Банка (Узбекистан)* уделяет внимание вопросу обучение ребенка ребенком, так как восприятие одних детей от других более быстрое, чем от взрослых.

*В проекте общественного снабжения водными ресурсами (Шри Ланка)* опыты правительства показали, что школьные программы образования в гигиене имели положительные эффекты.

### **Учителя поддерживают детей для передачи гигиенических сообщений**

В оценке *Программы по улучшению санитарно-гигиенических условий и водных ресурсов, «Помощь водным ресурсам» (Танзания)* поддержка программы «Ребенок-Ребенку» представляется как «возможно более успешный подход». Учителя обучаются подходам в PHAST. Учителя поддерживают детей в распространении сообщений об улучшении санитарно-гигиенических условий, через средства массовой информации, например песни, рассказы.

### **Вознаграждение за самый большой охват**

*Районный Уполномоченный Баризальского региона (Бангладеш)* объявил о награждении школы, добившейся самого высокого охвата по улучшению санитарно-гигиенических условий.

Предложенную идею поддержали местные школы и медресе (религиозные школы), чтобы организовать встречи с учениками и общественностью для содействия улучшению санитарно-гигиенических условий и строительству общественных уборных. Учителя просили учеников строить уборные в своих домах. Почти все люди, построившие уборные по данной программе, сообщили, что их мотивировали сделать это ученики. Соответственное число уборных было построено и в самих школах.

## **7. ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ И ОБЩЕСТВЕННОЕ УЧАСТИЕ**

## **7.1. Поддержка общественного участия**

Так как общество имеет право быть привлеченным к проблемам, касающимся его интересов, то и большинство кампаний активно вовлекают граждан в свою деятельность.

Как сказано ранее, повышение общественной осведомленности следует видеть как интегральное движение, в котором разные актеры способствуют осуществлению своих инициатив. Участие в повышении общественной осведомленности дает людям возможность быть вовлеченными в движение, чтобы влиять на само движение своими инициативами, деятельностью, дискуссиями. Первый этап открыт для всех - неправительственных и правительственных организаций и работников коммунальных услуг.

Повышение общественной осведомленности, однако не следует смешивать с планированием участия в технических решениях, даже если они могут быть дополнением. В некоторых ситуациях повышение общественной осведомленности и образования требуется перед началом планирования, например, когда общественность не осознала связь между диареей и гигиеной.

Для общественного привлечения в такую деятельность, кроме типичных средств, как групповые дискуссии, использование средств массовой информации, еще существует много способов привлечения общественности. Это может быть образовательный сектор, интернет, привлечение молодежи, крупные общественные мероприятия, пропаганда и т.д. Эти технические средства обсуждаются в других главах. В этой главе внимание уделяется привлечению общественности и добровольцев в направленную и активную деятельность.

### **Лозунги на стенах**

*Национальная программа сельского водоснабжения* предложила своим осведомительным кампаниям создавать на каждом уровне (деревня, жилые кварталы) свои лозунги на сельских стенах; эти лозунги должны иметь отношение к сельскому водоснабжению и санитарии. Это делается с помощью молодежных клубов и женских групп.

### **Образование членов общества**

*В программах PHAST* решили самостоятельно провести гигиеническое самообразование в частных домах. Результатом явилось то, что, например, в Кении стали самостоятельно готовить агентов, а затем просили их вернуться к разговору о гигиене. Они советовали работникам общественного здравоохранения изучать технические детали туалетов, защиту водных источников, и начали учитывать их как «людские ресурсы».

### **Традиционные средства массовой информации**

Команды местных добровольцев проекта PSU (Индия) объединили сообщения о водных ресурсах и улучшении санитарных условий в традиционные формы искусства, например, театр, религиозные песни, танцы и рассказы. Команда прошла соответственно по следующим этапам процесса:

1. Члены команды отобраны на основе их заинтересованности, возможностей и потенциала.
2. Команда проходит специальную физическую и игровую подготовку.
3. Команда анализирует местные проблемы в контексте с водными ресурсами и санитарией.
4. Развитие театральных навыков.



5. Написание сценария, идентификация вопросов, создание базисной линии, разработка характеристик и выбор формы презентации. Идентификация местных материалов, которые могут быть использованы в сценарии.
6. Запись спектакля на видео.

### **Используйте личные коммуникации**

*Кампания привлечения общественного мнения к проблемам водных ресурсов (UNDP/PWA) (территория Палестины)* наняла четырех женщин для сбора сведений. Они посещали дома и другие места, выясняя, как используется вода. Они посетили 500 домов, провели 11 дискуссионных занятий, в которых принимали участие 400 женщин. Во время Рамадана 9 занятий проведены в мечетях, где присутствовали 430 женщин и 92 детей.

### **Поддержка начинающих предпринимателей**

*Espacios de Salud (Мексика)* предложила свои уроки, чтобы несколько «смелых» семей освоили новые туалеты, пропагандируемые неправительственными организациями. Доказано, что лучше иметь несколько демонстрационных мест, чем одно.

## **7.2. Развитие сетей добровольцев**

### **Создание рабочих сетей активных людей**

*Кампания ветлэндов Одубона (США)* создала рабочие группы добровольцев для охраны болот. Они пользуются поддержкой государственных официальных лиц, проводят программы мониторинга заболоченных территорий, ими создана книга «Граждане в действии». Они также дают консультации. Одубон мобилизует своих сторонников, повсюду, где необходима пропаганда: а) для правильной водной политики или б) против пагубной политики. Мобилизация осуществляется через сети добровольцев и через Интернет (см. главу 10).

### **Привлечение «непрофессиональных» пособников здравоохранения**

*Проект водоснабжения, санитарии и гигиены (Узбекистан)* предлагает привлекать «непрофессиональных» пособников, включая соседей, учителей, муллу и традиционных целителей.

### **Исследование национальной природы**

*Японское общество охраны природы* организует ежегодные исследования национальной природы в Международный день охраны окружающей среды. Исследования распространяются в форме плакатов в школах, музеях и природных центрах. В акции участвовало около 4000 человек.

### **Семинары добровольцев: «Adopt-A-Stream» (адаптация к водотоку)**

«Adopt-A-Stream» (адаптация к водотоку) (США/Канада/Колумбия) проводят программу, привлекающую добровольцев к восстановлению водосборов. Она организовала открытые семинары с задачей:

- Исследовать водосбор
- Организовать группы по охране водосбора

- Разработка плана действий
  - Осуществление плана
- «*Adopt-A-Stream*» также проводит обучение, как контролировать физические, биологические и химические аспекты рек.

### **Сведение вместе школ и общественных групп в мониторинг водоразделов**

*Waterwatch, Водный надзор (Виктория, Австралия)* объединяет школы и общественные группы землевладельцев и водные власти для тестирования качества местных рек и водных источников, заботится о сохранении и улучшении качества воды.

*Водный надзор* проводит программу мониторинга, исследования макропозвоночных и морских водорослей, контроль физических и химических свойств воды.

Добровольцы занимаются проведением научных исследований, устанавливают связи с местными властями и составляют планы действий по восстановлению и сохранению высокого качества воды.

### **Составление карт и мониторинг, проводимый студентами и учителями**

*Программа социальной мобилизации (Бангладеш)* привлекает студентов и учителей к строительству уборных и обеспечению гигиенического поведения в школах и дома.

### **Обучение добровольцев учеными**

*Японское общество охраны природных ресурсов* организует программу «охрана природы педагогами» для обучения добровольцев, которые проводят экскурсии по наблюдению за разными видами экосистем. Заинтересованные лица могут объединиться в программу.

## **8. СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

### **8.1. Выбор правильного пакета средств массовой информации**

Большинство кампаний в своей деятельности используют подсобные и образовательные материалы. Важно определить, какова роль этих материалов в тотальной стратегии кампании. В некоторых случаях они используются в сочетании с другими методологиями, например, в образовательной учебной программе, изготовлении плакатов и брошюр

### **Разработка ряда пакетов средств массовой информации**

*Сарагоса, Проект Экономии водных ресурсов (Испания)* начал рекламную кампанию с рекламы на телевидении, радио, в печати и брошюрах. Создана линия по информации людей о всех технологических решениях, ведущих к экономии воды.

### **Выбор материала для специфических заинтересованных групп**

*Программа содействия в санитарии и гигиене (Танзания).* Организует вспомогательный материал, наиболее эффективный в Танзании: плакаты, информационные листки, страницы юмора, объявления и т.д. Вспомогательный материал использовался больше «в пунктах продажи». Так как большинство покупателей уборных – мужчины, то материал для пунктов продажи (включающий местных производителей плит для уборных) нацелен на мужскую аудиторию.

### **Выбор заинтересованными группами правильных средств информации**

Во время проведения оценки проекта *UNICEF Сания (Буркина Фасо)* только 31% женщин, слушавших радио, смогли послать правильные сообщения, по сравнению с 84% тех, у которых были с визитами добровольцы.

## **8.2. Организационные аспекты представленного материала**

Подготовка материалов для средств информации может быть дорога. Предполагается несколько идей:

### **Привлекать профессиональных дизайнеров или сделать это самим?**

*Кампания по привлечению общественного мнения, UNDP/PWA (Палестина)* привлекла местных дизайнеров, чтобы придать кампании профессиональный штрих.

### **Использование рабочих сетей для создания и распространения материала**

*Грамотность и осведомленность рекламных центров (LAMP) (Папуа, Новая Гвинея)* обеспечивает познавательным материалом, распространяет его, используя компьютерные сети. Сегодня немногие материалы публикуются на местных языках, свыше 55% населения в возрасте 10 лет – неграмотные. LAMP имеет центр в каждой из 20 провинций с компьютерами, сканерами, копировальными аппаратами, инструктор обучает 2-х операторов для каждого центра. Программа фокусируется на подготовке материалов, основанных на местных обычаях и культуре. Полезный материал или идеи распространяются другим операторам по сети. Местные жители принимают участие в разработке документов, предлагают свои идеи, принимают участие в митингах и решают вопросы, относящиеся к данной проблеме.

## **Начало деятельности центра и производство аудио- и видео материала**

*FAO, UNDP и правительство Мали* учредили национальный специализированный центр по производству и сбору аудио- и видео- материалов. С начала деятельности центра собралось свыше 1000 аудиокассет, охватывающих региональную и местную музыку, сельский опыт, легенды и традиционные знания.

В здании центра 6 видео редакционных комнат, 3 - с режущими и монтажными приборами, 2 студии звукозаписи и комната инструкторов для работы и занятий. Инструктора обучаются пользованию видео и другими средствами информации, а затем выезжают в сельские регионы, где информируют и обучают общественность через средства информации. Темы включают гигиену, сельское хозяйство и другие. Сельские жители, прошедшие инструктаж, могут сами стать инструкторами.

### **8.3. Идеи для телевидения или радиопередач**

#### **Использование различных видов сообщений на национальном телевидении**

*UNICEF Санья Проект (Буркина Фасо)* использует 2 минуты «информаторов», 30 секунд перерыв и 5 секунд заставки.

##### **Информаторы**

2 минутные мультфильмы, драматизирующие проблемы распространения микробов, и меры против них.

##### **Заставка**

5 секунд сообщения, предлагающего основные поведенческие изменения, например, «Вы мыли сегодня руки?»

#### **Видеоклип**

*Кампания по осведомленности о водных ресурсах UNDP/PWA (территория Палестины)* издает видеоклипы, призывающие к водосбережению с помощью песен о воде.

#### **Юмор в водных ресурсах, относящийся к коммерсантам**

Голландские коммерсанты, представляющие NUON - главный водохозяйственный и энергетический провайдер в Нидерландах, представили следующий проект:

«Человек посещает дома с вопросником, включающим и такие, как: пили ли они воду из туалетного бачка?» Люди, отвечая на этот вопрос, приходили в затруднение. Но вопросник оказывается связанным с водосбережением: почему так много воды спускается в канализацию, ведь эта вода обладает всеми качествами питьевой?

#### **«Мыльные оперы» для радио**

«Новый дом, новая жизнь» - мыльная радио-опера изготовлена для Афганистана. Она стартовала в апреле 1994 и с тех пор выходит в эфир еженедельно. Серии драмы преследуют как развлекательные, так и информационные цели. Она охватывает женские проблемы, домоводство, ремесла, сельское хозяйство. Лич-

ная и общественная гигиена также ее важная часть. Мыльная опера снимается в реальных жизненных ситуациях.

Характеристика проблем, человеческих конфликтов и дилемм и способы их преодоления являются частью жанра мыльной оперы. По содержанию опера является полностью афганской.

### **Регулярный ТВ-сбор**

*Экономия водных ресурсов (Южная Африка)* проводит регулярный ТВ - сбор каждую субботу утром по КТВ, детскому телевидению. Это называется "КТВ: все обо всем".

### **Сотрудничество радиостанций**

Отдельные коммерческие и некоммерческие радиостанции в США сформировали радио «Консорциум о Великих Озерах». Они пытаются повысить качество передач о Великих Озерах. Консорциум разработал еженедельный сервис новостей, который может заинтересовать программы новостей местных станций.

Отдельно от радио и телевидения существуют другие менее традиционные средства коммуникации идей по использованию водных ресурсов:

### **Доска для объявлений, транзитный отдел плакатов, Т-рубашки**

*AMWUA Сберегательная рекламная программа, Феникс (США)* содействует созданию садов, потребляющих небольшое количество воды, с помощью досок для объявлений и плакатов.

*UNDP/PWA Кампания по осведомленности в водных ресурсах (территория Палестины)* распространяет цветные афиши с арабскими лозунгами «Ваш водоем - ваше надежное хранилище. Ваши водные ресурсы дороже золота». В различных местах установлены 15 досок для объявлений.

### **Газеты о водных ресурсах**

*Движение GREEN (Литва)* опубликовала газету «Зеленая Литва», которая излагает в общедоступной форме различные аспекты управления водными ресурсами: защита водоемов, очистка использованной воды, регулирование рек, организация защитных зон возле водоемов, определение качества воды, экспертиза малых гидроэнергетических проектов.

### **Почтальон для экономии воды**

*Совет общественных коммунальных предприятий (Сингапур)* посылает почтальона для «экономии воды» в каждую семью. Он составляет семейный график потребления воды. Остин, Водосбережение (США) также поставляет потребителей с графиком для учета эффективного использования воды. Он может быть сравнен со счетом на воду.

### **Подарки детям**

*Оранжевый водный район (США)* имеет талисман « Опьяняющие грунтовые воды», - это женщина, имитирующая каплю грунтовой воды. Она принимает участие в общественных мероприятиях, направленных на поддержание водосбережения и защиту грунтовых вод.

## **Керамические кирпичи**

*NEWAN, Помощь водным ресурсам (Непал)* использует афиши и керамические кирпичи с гигиеническими сообщениями, размещаемые внутри на дверях уборных в школах, на досках здоровья и других общественных местах.

## **Коллекционирование историй, песен и стихотворений**

*Водные ресурсы Умгени (Южная Африка)* изготовила буклеты с коллекцией южно-африканских песен, рассказов и стихотворений. Книга также содержит некоторые творческие идеи для детей, чтобы использовать ремесла, связанные с водными ресурсами. Некоторые советы по использованию воды для здорового образа жизни, где также включено немного основной информации, относящейся к водной ситуации в Южной Африке.

## **Комиксы**

*Голландский союз водного департамента* подготовил несколько комиксов, конечная цель которых - ограничение потребления воды.

## **Игры**

*Организация по водному образованию (Калифорния)* опубликовала «ноу-хау». В данной игре игроки соревнуются с «загрязненной старой рекой» и по пути разрабатывают карту действий.

## **Инструменты для обнаружения в доме утечки воды**

*Остин, Водосбережение (США)* распространяет инструменты для обнаружения утечки воды; в основном брошюры, несколько таблеток для контроля определения утечки воды и техническую информацию для ремонта кранов. Таблетки добавляются в смывную воду туалета, чтобы легче обнаруживалась утечка воды.

## **8.4. Проектный материал**

### **Использование плакатов**

#### **Образовательные плакаты**

Плакаты часто содержат много информации и интересных идей.

#### **Пособнические плакаты**

На первый взгляд, вспомогательные плакаты ясны зрителям, они обычно содержат один лозунг и несколько идей.

Определенная степень единообразия в макетах, знаках и карикатурных фигурах в материалах кампании могут помочь достигнуть большей согласованности в ее проведении. Карикатуры используются чаще. Особенно в кампаниях, которые главным образом направлены на детей.

## **Карикатуры как в деятельности, так и в материалах**

*UNDP/PWA* использовала карикатуры Зам Зам, олицетворяющие каплю воды. Они появились во всех материалах. Имя Зам Зам предложено детьми, привлеченными в кампанию. Оно имеет дополнительное религиозное значение – Святая вода, вода чистая и прозрачная. Подготовленные карикатуры с использованием Зам Зам воплощают потерю воды. Герой Зам Зам также используется в театральных представлениях (см. главу 7 жизненные мероприятия) и фестивалях.

### **Дождевая капля – герой образовательной программы**

*Оранжевый водный район (США)* использует в своих образовательных программах двух героев: Рики - дождевая капля и Джини - грунтовая вода; это два человека, одетые в костюмы капли воды.

### **Карикатура развития личностных особенностей**

*UNICEF (Бангладеш)* разрабатывает карикатуру среди личностных образов с развитием кампании – дружелюбный, смешной образ, необходимый для кампании. Ее появление базировалось на развитии личностных особенностей, укоренившихся в социальные и культурные нормы Бангладеша, гарантирующие популярность кампании.

### **Несколько советов художникам**

#### **Предварительное тестирование!**

В большинстве материалов используются рисунки и символы. Не все люди понимают их однозначно. Ошибок можно всегда избежать, подвергнув материал перед его использованием предварительному тестированию.

### **Привлечение внимания к второстепенным деталям**

Пример из «*Водные ресурсы Темзы*» (*Великобритания*) - пластиковый бачок в форме гиппопотама используется для ограничения объема использования воды в момент каждого смыва в туалетах.

### **Как делать афиши**

Это руководство особенно полезно для создания афиш, но большинство его пунктов применимо и для вспомогательных плакатов.

1. Используйте простой стиль
2. Создайте устойчивые линии, используя ломанные
3. Избегайте присутствия теней
4. Избегайте ненужных деталей
5. Выберите большой размер, видимый с расстояния.
6. Важна скорость; в рисунках фигур человека ненужно совершенство.
7. Фигура должна быть завершена всякий раз, когда необходимо.
8. Планирование должно быть функциональным.
9. Концентрирование элементов: уберите лишние элементы, которые не нужны для сообщений.
10. Используйте обычные реалистичные образы, а не абстрактные символы.
11. Используйте правду в жизненных цветах.

12. Используйте многократно перспективу.
13. Поддерживайте непрерывность в фигурах, одежде и других характерных чертах.
14. Не оскорбляйте религиозных и культурных убеждений людей.
15. Выполнена ли данная задача? Вы не производите предмет искусства, а используете искусство для намеченных целей.

## **9. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Важность средств массовой информации (газет, журналов, радио, телевидения, Интернета) как источника новостей и развлечений быстро растет.

Рыночная техника сфокусирована на платных передачах и использовании пособнического материала.

Все больше неправительственных и правительственных организаций вовлечены в сферу общественных отношений. Неприбыльные организации имеют при этом преимущество, их мотивы некоммерческие, поэтому их сообщения более приемлемы и чаще попадают в средства информации. Несколько инициатив, относящихся к водным ресурсам, ищут поддержку общественности, но часть их может быть изучена методами, пропагандируемыми коммерческими компаниями. Несколько методов, используемых в общественных отношениях, привлекли внимание средств информации.

### **9.1. Образ и ценности**

Общественные отношения в целом создают образ, необходимый для проведения кампании. Коммерческие инициативы создают такой образ, когда современная и верная своим ценностям компания, имеющая высокий технический уровень, заслуживает доверия. Важны честность и открытость. Самые большие ошибки связаны с такой ситуацией, когда организация не может жить согласно своим обещаниям и ценностям.

Общественное представление - очень важная тема, касающаяся не только коммерческого сектора, но и инициатив по осведомленности, поэтому охрану воды следует проводить интересно и с соответствующими образными ассоциациями.

### **9.2. Привлечение внимания**

#### **Создание значимости новостей**

Одно из важных обстоятельств в привлечении внимания средств информации - это новые сообщения. Даже если вопрос очень важный, но не содержит новостей, он не может быть выпущен в передачу или в печать. Соответственно, сообщение водосберегательных кампаний о том, что общество использует слишком большое количество воды, не получит внимания средств массовой информации, тогда как кампании, публикующие сообщения об использовании общественностью на 20% воды больше, чем 5 лет назад, получают внимание средств информации. Такой подход использовался в нескольких инициативах по осведомлению.



## **Использование кампаний инаугурации**

*UNDP/ONEP Водосберегательная кампания (Марокко)* приглашает известных людей из кабинета министров и других официальных лиц для инаугурации кампании на большом заводе по переработке воды в Рабате.

Дети сочинили рассказы и стихотворения, были проведены выставки афиш и детского рисунка, шоу включает показ большого воздушного шара, имеющего форму капли воды, называемой каплей надежды.

«Водные ресурсы Умгени» (Южная Африка) организовала специальную поддержку для видео новостей во время фестиваля по водосбережению, куда были приглашены делегаты семинаров, представители средств информации. Такая деятельность с охватом средств информации обеспечила кампании хорошее начало. Это особая видеoinформация продолжила историю состязания байдарок Дюзи, что отразилось на изменении качества воды.

### **Специальные водные дни/месяцы придают значимость новостям**

Организация деятельности в течение специфического периода, включающая, например, рекламу, образовательные программы и лоббирование, помогают фокусировать внимание средств информации и общественности на проблемах. Всемирный День воды (22 марта) - хороший пример для централизации деятельности в течение дня.

### **Молодежные экспедиции привлекают внимание средств информации**

*Jaik Ural Проект осведомленности молодежи об окружающей среде и создание молодежных экспедиций* привлекли внимание средств информации. Участники опубликовали более, чем 250 заявлений в средствах информации. Для достижения целей экспедиции школы, колледжи и другие образовательные институты сотрудничают со средствами информации для повышения общественной осведомленности.

## **Использование международных мероприятий**

*МАМА-86, женская экологическая неправительственная организация (Украина)* использует международные организации такие, как ВОЗ и комиссия ООН по поддержанию и проведению конференций, с целью освещения украинской ситуации, особенно на конференциях, и в средствах информации.

### **Привлечение важных личностей**

Коронованный принц Нидерландов осуществил, посредством Второго водного форума, проведенного в Гааге в марте 2000 г., привлечение средств информации Голландии. Это повысило внимание средств информации к форуму и к проблемам водных ресурсов.

Национальная общественная схема для сбережения питьевой воды (Египет). Президент Египта, в ноябре 1996 года, обратил внимание народа на важность сбережения водных ресурсов. Привлечение, таким образом, является хорошей возможностью заручится вниманием средств информации.

## **Выбор правильных моментов для кампании**

Во Флориде апрель выбран месяцем охраны воды, т.к. в этом месяце заканчивается период засухи и возникает острая потребность в воде. Опыт показал, что водосбережение в высокой степени необходимо и после проведения кампании.

### **9.3. Связь со средствами массовой информации**

#### **Использование слайдов и другого справочного материала для средств информации**

*AMWUA Сберегательная рекламная программа, Феникс (США)* использовала публикации для создания рекламы в виде статей с новостями, радиопрограмм и ТВ интервью, где на первый план выдвинуты городские силы сбережения воды. В качестве справочного материала в средствах информации они используют слайды.

#### **Регулярные сообщения результатов кампании**

Регулярные сообщения результатов кампании, например, система мер эффективного использования водных ресурсов, поможет поддержать интерес к водным проблемам и усилить общественную поддержку. (*Источник: Стратегия Рабочей Группы, Канада*).

#### **Досье представителей печати**

Многие кампании собирают публикации средств информации (вырезки из газет, видео обеспечение и др.) для формирования досье, которое может быть полезно для будущей деятельности. Ссылки на публикации часто включены в брошюры или доклады кампаний.

#### **Пресс конференции, организованные заинтересованными группами**

*UNDP/PWA, Кампания по осведомленности в водных ресурсах.* Студенты организовали конференции и пресс - конференции, как завершающую часть осведомительной кампании. Мероприятия включали музыкальные шоу, выставку картин, видеофильмы и доклады студентов о водных ресурсах и окружающей среде.

#### **Комбинирование общественных отношений и пропаганды: материалы для прессы**

Например, *Международная речная сеть* посылает письма в прессу, в правительство или во Всемирный банк, что привлекает внимание большой аудитории.

#### **Связь с представителями прессы**

В прессе важно упоминание имени связующего лица, которое хорошо осведомлено по данной теме, легко вступает в контакт, дает интервью.

Средствам информации полезно подготовить и провести резюме для лиц, дающих прессе интервью. Это будет не растянутый документ, а одна страница, включающая название, краткое содержание, адрес, номер телефона (рабочий, домашний, адрес электронной почты), достижения, область специализации, крупные публикации, опыт общения с телевидением, радио, газетами.

## **Выпуск видеонюветей**

С 1990 использование выпуска видеонюветей (VNR) резко увеличилось. VNR - обычно 30 секунд на 5 минутной кассете. Кампании сами готовят выпуск видеонюветей, например, чтобы использовать их в прессе. Большой процент видеонюветей активно используется продюсерами.

## **10. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ**

Многие кампании прилагают значительные усилия для организации как больших, так и малых мероприятий. Хорошим аргументом для организации мероприятий является реклама и прямой контакт с публикой.

Жизненные мероприятия - более рациональный способ привлечения общест­венности, чем только чтение брошюр, просмотр плакатов и коммерческих телека­налов. Коммуникационная литература подчеркивает, что сообщения более легко запоминаются, если они влияют на нас через сознание. Это можно сделать более эффективно при участии в мероприятиях. Будучи привлеченным к деятельности, необходимо использовать творчество, подходы к решению проблем, которые ста­новятся частью участия. Завершающей целью кампании является осведомление людей о том, что возникшая проблема это - их проблема , и что они должны уча­ствовать в ее решении.

Одно из основных правил образования – создание надежного обучения. В осведомительных кампаниях важно и развлечение. Хорошо организованные раз­влекательные мероприятия привлекают внимание к серьезным проблемам.

Надежность источников информации играет большую роль, во многих стра­нах новостям доверяют больше, чем коммерческим источникам информации. Мно­гие кампании также подтверждают это и пытаются через пресс - конференции, выпуски новостей, организацию мероприятий и т.д. поместить свою кампанию в заголовки.

Глава 9, «Общественные отношения», содержит информацию об исследова­ниях различных стратегий осведомительных кампаний для привлечения внимания средств информации. Данная глава фокусируется на конкретных мероприятиях и предлагает идеи этих мероприятий, например, выставки и фестивали, награды, соревнования и культурные мероприятия.

### **10.1 Фестивали и выставки**

#### **Музейные экспонаты**

*Детский музей (Мехико)* открыл выставку, показывающую, как управляют водными ресурсами. Экспонаты были представлены 250000 посетителям из Мехи­ко. Выставка организована совместно с Национальной водной Комиссией.

#### **Экспонаты на специальных ярмарках**

*AMWUA Водосберегательная рекламная программа, Феникс (США)* является регулярным экспонентом в домах, на презентациях. Комитет по Водосбережению организует выставку. Люди, занимающиеся распространением литературы, отве­чают на вопросы и объясняют систему мер по водосбережению. Во время город­ской ярмарки в Касабланке (Марокко) ONEP были открыты информационные па­вильоны о здоровье, об окружающей среде. Стенды демонстрировали различные виды деятельности, спроектированные детьми и для детей. Организованы выстав­

ка рисунков, соревнования по литературе, музыке, рисованию, черчению, относящиеся к теме водных ресурсов. За лучшую презентацию и игру присуждались призы.

### **Покупка экспонатов в магазинах**

*Совет общественных коммунальных предприятий (Сингапур)* в выходные дни организует выставки по водосбережению в популярных центральных магазинах.

### **Фестивали**

*Праздник Чистой Воды (River Project, США)* является ежегодным мероприятием, посвященным рекам Иллинойса. С 1990 года для проведения фестиваля собираются студенты, учителя и персонал по водным ресурсам Иллинойса, представители соседних штатов. Участники проводят семинары, готовят презентации на местных реках и водных проектах, создают рабочие сети с речными управлениями, изучают текущие водные проблемы. Другой вариант данного мероприятия - шоу, школьные киоски, демонстрации, театр, искусство и музыка. В 1999 году праздник чистой воды посетили свыше 5000 человек.

В 1999 году на празднике важное место отводилось:

- Молодежному руководству диспутов активистов с руководителями молодежи.
- «Беги, река, беги»: смешанный балет речных танцев.
- «pH Химия»: волшебный показ, проводимый студентами-химиками.
- Певцы и рассказчики народных сказок, истории об экологическом американском наследии.

### **Месяц охраны болот**

*Институт Террин (США)* организует американский месяц охраны болот. В течение этого месяца общественность, школы и другие организации по всей стране исследуют близлежащие болота, объединяются для экскурсий. Террин каждый год издает журналы, сообщающие о результатах этой деятельности. Месяц охраны болот объединяет местные группы в течение года.

### **Конференции делают из этого больше**

На предприятиях организуются конференции, симпозиумы, собрания экспертов. Конференции привлекают огромное внимание к решению водных проблем.

*Jaik Ural, Молодежный проект по осведомленности об окружающей среде (Казахстан)* проводит научно-практические конференции по следующим вопросам:

- Обсуждение проектов по защите окружающей среды.
- Конкурсы на лучший студенческий проект «Окружающая среда – сельское хозяйство».
- Подготовка плакатов на экологические темы.
- Экологические олимпиады.
- Молодежные экологические митинги и дискуссии.

## **Ярмарки**

*Каждый год OCWD (США) организует активные образовательные программы по водным ресурсам. Ежегодно весной OCWD и зоной отдыха Диснейленда проводится детский фестиваль питьевой воды для 5000 детей 3-4 классов и их учителей.*

*Хьюстон, Водосбережение (США) организует торжества в зоопарке Хьюстона, включающие рассказы, портреты, рекламу. Мероприятия спонсируются местными предприятиями, экологическими организациями. Фестивали обычно проводятся в 1-е воскресенье мая.*

## **Образовательные классы для взрослых**

*Орора, Отдел коммунальных услуг (США) организует образовательные занятия для взрослых по экономии воды в садоводстве. Они включают разъяснения по использованию местных растений, адаптированных к засухе. Создатели ландшафта показывают проекты садов с рациональным использованием воды.*

## **Санитарный рынок и демонстрация новых изделий**

*UNDP и Всемирный Банк водоснабжения, Проект улучшения санитарных условий и здоровья (WSSH) (Узбекистан) используют в качестве демонстрационных мероприятий новые виды конструкций уборных, систем водоснабжения, ванных комнат. Обычно люди не посещают митинги, посвященные обучению гигиеническим навыкам, но приходят посмотреть новые образцы туалетов. Так как начальный пункт - уборные, сооруженные для показа в общественных местах, поэтому и общественные мероприятия организуются здесь.*

## **Эко-туризм**

*Кампания «Реки – источник восстановления» (Малайзия) уделяет внимание водным ресурсам, необходимости их охраны, улучшению состояния рек, и привлекает к этим работам любителей природы.*

## **10.2. Культура и искусство**

### **Традиционные водные торжества**

Во многих культурных мероприятиях отмечается феномен, связанный с водой, например, начало дождливого сезона, миграция рыб, сбор урожая риса, что является поводом для организации водных мероприятий.

### **Популярная музыка**

*UNDP и Всемирный банк водоснабжения, Проект улучшения санитарных условий и здоровья (WSSH) (Узбекистан) приглашает популярные музыкальные группы для поездок в сельские местности с представлением комических этюдов о правильном гигиеническом поведении.*

*Согласно Проекту Северного Бенгала (Индия) популярные местные певцы уполномочены сочинить 10 песен об улучшении управления сферой ирригации. Песни записываются на кассету и распространяются местными правительствами и работниками сельского хозяйства. Песни также звучат в передачах местного радио.*

## **Драма и театральный форум**

*Помощь водным ресурсам, Кабароле, (Уганда)* работает с драматическим представлением Нтууха. Актеры обучены соответствующим темам: поддержание и сохранение гигиены и санитарии. После начала учебных занятий представляются пилотные проекты, охватывающие несколько драматических представлений, связанных с гигиеной и санитарией. Представления оказали прямое влияние на повышение гигиенических навыков в посещаемых актерами обществах.

Программа планирует после каждого показа поиск новых тем и разработки новых проектов.

## **Использование традиционного искусства**

*PSU (Индия)* использует местные формы искусства для пропаганды водных и санитарных тем.

Представления включают драмы, рассказы, кукольный театр, песни, мимы, стихотворения, танцы, религиозные песни и другие традиционные виды искусства. Они имеют местные исторические черты - идиомы, легенды формирующие основу сценария.

### **10.3. Открытые манифестации**

#### **Семинары по выходным**

*Комитет озера Моно, Лос-Анджелес (США)*, предлагает летние семинары. Они включают темы о птицах, цветах, каяках, геологии. Все программы приспособлены для активного привлечения общественности и обеспечения глубокого понимания истории природы водосбора озера Моно.

#### **Марафонный бег вокруг озера**

*Водные ресурсы Умгени (Южная Африка)* организует марафонный бег, являющийся частью водных фестивалей. Начальным пунктом является плотина, далее бег проходит вокруг сценического озера.

#### **Прогулки и дискуссии**

*Комитет озера Моно, Лос-Анджелес (США)*, пропагандирует демонстрационные сады – ксерискейпы – сады, содержащие растения, требующие небольшого количества воды. Эти сады включаются в официальные экскурсии для обучения общественности.

#### **Водные экспедиции**

*Комитет Моно Озера, ЛА, (США)*. Летом общественность проводит однодневные экспедиции на каноэ под руководством натуралистов. Гиды предлагают информацию об экологии озер, истории природы и системе мер для ее защиты.

*Кампания «Любите свои реки» (Малайзия)* организовала речные экспедиции, которые изучают экологию, возможности экологического туризма.

#### **Экскурсии на водоперерабатывающие заводы**

Некоторые предприятия коммунальных услуг раскрывают свои возможности обществу, например, демонстрируют водоперерабатывающее, канализационное оборудование, насосные станции. Экскурсии могут быть запланированы для групп посетителей.

## **11. ИНТЕРНЕТ**

Интернет относительно новая технология, которая быстро разрабатывается рыночными агентствами, фирмами общественных отношений и другими. Некоторые организации проводят неприбыльные осведомительные кампании в Интернете. Трудно сравнивать эффективность Интернета с другими традиционными подходами. Интернет может быть важным инструментом в кампании, даже, если не для проведения самой кампании, то для использования рабочей сети и распространения информации о кампании. Следующие примеры показывают, как можно использовать Интернет для проведения кампании.

### **Реклама в интернете**

Потребители могут быть непосредственно охвачены через рекламу на веб-страницах газет, новостей, государственных и частных страницах. Интернет не используется многими кампаниями, соответственно, в будущем важно найти правильные сайты для рекламы и оказать влияние на заинтересованную аудиторию.

### **Источник общественной информации**

Через Интернет кампании могут обеспечить дополнительные источники доступной информации, такой, как информация по экономии водных ресурсов или о токсических веществах, которые не следует смывать в туалет. Отдельные кампании ссылаются на свои веб адреса.

### **Рабочие сети**

Интернет может использоваться в качестве удобного средства для рабочих сетей добровольческой деятельности учителей, студентов, привлеченных в программы мониторинга рек, охраны болот и в другие виды природоохранной деятельности. Интернет также помогает мобилизовать членов сетевой работы для выработки определенного общественного поведения в нужное время. Отдельные организации используют Интернет для создания таких сетей.

### **Ресурсы для водного сектора**

Интернет полезен профессионалам для обеспечения их современной информацией по водному сектору. Она включает в себя заказ литературы, доступ в базу данных, другие инициативы.

#### **11.1 Проведение кампании в Интернете**

Многие кампании, по водосбережению или охране природы ориентированы на Интернет.

В коммерческом секторе западных стран быстро совершенствуются Web-кампании. Соответственно, возможности повышения осведомленности через Интернет постоянно возрастают. В мировой практике Интернет используется для рабочих сетей, классификации информации, распространения материалов и опыта,

но гораздо в меньшей степени в направлении проведения кампаний, так как доступ к интернету все-таки ограничен.

### **Доступность**

Многие инициативы по водным ресурсам размещены в интернете. Необходимо создавать web-страницы, являющиеся доступными и интересными для широкого круга лиц и содержащие достаточное количество информации.

Интернет - относительно новая технология, но возможности для использования его в водном секторе уже раскрыты. Некоторые web-страницы водного сектора содержат и достаточное количество информации, но не обнаруживаются основной публикой. Гораздо чаще эти сведения доступны на государственных информационных страницах.

Большинство людей, посещающие сайты, уже заинтересовались данными темами. Для расширения сферы деятельности кампаний необходимы дополнительные связи на web-страницах, которые посещают лица, заинтересованные в проведении кампании.

Для проведения эффективной региональной или всемирной кампании, необходимо привлечение международных многосторонних организаций, международных групп по охране окружающей среды и неправительственных организаций.

Многие кампании уже сотрудничают с такими организациями, как зоопарки, музеи, научно-исследовательские институты, образовательные институты и другие.

### **Общественные отношения на web**

Другими способами использования Интернета может быть комбинирование усилий общественности, заинтересованных национальных и международных организаций с тем, чтобы охватить на национальном уровне крупные международные агентства новостей, таких, как Ассоциированная пресса, рейторы и другие.

Хорошим примером проведения мероприятий с широким привлечением общественности являются Второй мировой водный форум и другие инициативы, проводимые во Всемирный день воды (22 марта каждый год). Новости об этих мероприятиях кратко излагаются в некоторых крупных международных агентствах. Преимуществом таких новостей является их краткое изложение на 1-й стороне в исследованиях и порталах и то, что они замечаются многими людьми. Конечно, исследования и реклама на их страницах могут быть куплены непосредственно кампаниями.

### **Коммерческие кампании**

При пользовании Интернетом быстро растет количество рыночных агентств, являющихся передовым фронтом коммерческой рекламы в интернете. Осведомительным кампаниям следует продолжить коммерческое развитие и изучение своих технических средств и методологий, как это сделано в рыночных стратегиях и стандартных средствах информации.

## **11.2. Идеи для использования Интернета в кампаниях**

Стандартные средства информации посылаются на web-страницы

Отдельные осведомительные кампании используют Интернет как дополнительный источник общественной информации, посланием на web-страницу другой кампании.



## **Буклет**

«Водные ресурсы Темзы» напоминает со своих водосберегательных web-страниц о том, как важно уметь экономить воду  
[www.thames-water.com/waterwise](http://www.thames-water.com/waterwise)

## **Коврик для мышки**

Совет предприятий коммунальных услуг (Сингапур) предоставил коврики для мышки с лозунгами своей кампании: «Не используйте сегодня воду так, чтобы ее не хватило на завтра».  
[www.pub.gov.sg](http://www.pub.gov.sg)

## **Указательные столбы**

Министерство сельского хозяйства Малайзии использует указательные столбы, для рекламы своей web-страницы.  
[www.agrolink.moa.my/](http://www.agrolink.moa.my/)

## **Брошюры**

Остин, Сберегательная Программа (США), использует рекламу своей web-страницы в брошюре. Интернет широко используется в коммерческом секторе. Краткие легко запоминающиеся web адреса используются как на радио, так и в телевизионных кампаниях.

## **Размещение в интернете творческих смешных страниц**

«Водные ресурсы Темзы» (Великобритания) вводит интерактивные страницы с играми и информацией.  
[www.thames-water.com/waterwise](http://www.thames-water.com/waterwise)

## **Заказ на линии**

«Водные ресурсы Темзы» (Великобритания) изготавливает брошюры с водной информацией и «гиппопотамом». Гиппопотам – это пластиковая сумка с наглядной агитацией.  
[www.thames-water.com/waterwise](http://www.thames-water.com/waterwise)

## **Линейные встречи контроля водосбережения**

Албукерке, Водосберегательный офис (США) открывает домашнюю страницу с рассказами о важности водосбережения.

При проверке в домах устанавливаются бесплатные приборы для экономии воды. Сайт содержит бланки, которые потребитель заполняет, внося имя, адрес и удобную дату для проведения проверки.  
[www.cabq.gov/waterconservation](http://www.cabq.gov/waterconservation)

## **Образовательные программы в Интернете**

Агентство по защите окружающей среды (США) разместило в интернете несколько образовательных программ, например, о защите от грунтовых вод или о защите болот. Программы с сайта можно скачать.

[www.epa.gov/grtlakes/seahome/titles.html](http://www.epa.gov/grtlakes/seahome/titles.html)

### **Линейные дискуссии**

Кампании могут обеспечить сайты с линейными дискуссиями или доски с сообщениями о водосбережении, об охране и мониторинге рек и болот. Участники могут отправлять по почте письма с изложениями своих действий.

### **Дни в сети**

Примером является инициатива «дни в европейской сети». Хотя здесь не уделяется внимания специфическим водным темам, но она привлекла внимание многих. К участию привлечены около 35000 школ и профессиональных тренинговых центров, музеев, культурных организаций, молодежных центров, больниц, местные власти, предприятия, пресса. Партнеры - школы и другие организации подготовили совместный проект по ознакомлению с возможностями создания новых средств информации. Эти проекты в рабочей сети обратили внимание на главные темы дня, включая темы окружающей среды.

### **Линейные вопросники**

Вопросники могут быть использованы для контроля, например вопросы о качестве питьевой воды, о ее вкусе и запахе.

### **Использование видеоклипов, компьютерных игр и видео в Интернете**

Продолжается расширение возможностей компьютеров. Например, *общественные предприятия коммунальных услуг (Сингапур)*, выпускают диски CD-ROM с играми, слайды и другие образовательные и игровые программы «Водосберегательные соревнования». В будущем можно ожидать присутствие большинства этих программ в Интернете.

### **Вопросы электронной почтой**

Всемирная речная окружная образовательная сеть (GREEN) проводит тестирование знаний детей, принимающих участие в мониторинге водных ресурсов. Каждую неделю детям задаются вопросы (и рассказываются смешные истории) через электронную почту. Ребенок/студент или весь класс, отвечающий на большинство вопросов правильно, выигрывает оборудование для водного мониторинга. Записаться на соревнования легко, через сообщение на соответствующий адрес по электронной почте, на web страницу GREEN.

[www.earthforce.org/green/](http://www.earthforce.org/green/)

### **Школьные сети по качеству воды**

Инициатива Акватокс 2000, группы студентов используют простые и недорогие тесты для измерения качества воды в своей местности. Участники обмениваются информацией через сеть по Интернету. Это помогло проведению кампании по определению качества воды. Акватокс 2000 привлекает большое количество людей. Альтернативные коммуникационные методы позволяют школам принимать участие в кампании без доступа к Интернету.

[www.aquatox.com](http://www.aquatox.com)

### **Привлечение школ со всех континентов**

Окружающая среда является рабочей сетью, с помощью которой школы всех континентов участвуют в дискуссиях один раз в неделю. Темы включают развитие окружающей среды, климат и культуру. Эта инициатива Финляндии.

[www.pp.eno.fi/eno2000/](http://www.pp.eno.fi/eno2000/)

### **11.3. Некоторые виды планирования web-страниц**

Существует ряд доступных средств в Интернете для помощи построения web-страниц. Эти средства легко найти в исследовательских материалах в Интернете (например [www.altavista.com](http://www.altavista.com) или [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com))

### **11.4. Интернет, как источник информации для водного сектора**

Большое число сайтов, доступных в Интернете, посвящено водным ресурсам. По крайней мере 75% информации, содержащейся в этой книге, собрано с помощью Интернета. Образовательные ресурсы можно легко приобрести через Интернет: учебная программа, студенческие исследовательские рабочие сети, план уроков и т.д. В США многие организации создают информацию, доступную через Интернет, с легко переписываемыми материалами и с простыми порядковыми формами. Имеется несколько сайтов с обзором интересных web-сайтов, относящихся к водным ресурсам. Примеры таких web-сайтов указаны в приложении 2. Интернет это лучший способ начала поиска информации и страниц, «связанных» с интересующими вас темами и начать просмотр с них.

## Приложение 1. Перечень инициатив

### Международные

#### **Инициатива: Акватокс 2000**

Международная школьная сеть по определению токсичности воды.

Предложена: Международным научно-исследовательским центром (Канада)

Деятельность:

- Образование
- Простые методы для тестирования водного загрязнения
- Привлечение студентов для проведения тестирования качества воды
- Передача информации через Интернет
- Дает возможность студентам задавать вопросы и обмениваться данными с учеными по рабочей сети лаборатории: токсичность воды.

Адрес: E-mail: [Scaicedo@idrc.ca](mailto:Scaicedo@idrc.ca) (Silvia Caicedo)

Aquatox 2000

Экосистемы, принадлежащие программной инициативе здравоохранения

International Development Research Center

P.O. Box 8500, Ottawa, Canada, K1G 3H9

#### **Инициатива: Консультация об исламском стиле жизни**

Всемирная организация здравоохранения и исламская организация при медицинской и королевской Академии по исследованию исламской цивилизации

Деятельность:

- Подготовка информации об исламском стиле жизни и усовершенствовании здравоохранения в целом.
- Распространение материалов по этой теме на арабском, турецком, персидском, английском и французском языках.
- Данные материалы особенно полезны для лидеров исламской религии.

Адрес: Web-страница; [www.who.int/water sanitation health](http://www.who.int/water_sanitation_health)

#### **Инициатива: Всемирная речная образовательная рабочая сеть GREEN**

Международная сеть; с 1999 года часть Earth Force

Деятельность:

- Помощь детям в исследовании/мониторинге качества воды рек.
- Международные сети программ, привлекающих школы и молодежь.
- Мониторинг рек и их водосборов
- Распространение опыта и материалов среди участников.
- Ресурсы для международной сети GREEN.

Адрес: e-mail: [green@tfrthforce.org](mailto:green@tfrthforce.org)

#### **Инициатива: Международная речная сеть**

Пропаганда для защиты речных экосистем.

Международная сеть

Международная неправительственная организация

Деятельность: проведение кампании и лоббирование для политических изменений

Адрес: e-mail: [irn@irn.org](mailto:irn@irn.org)

Web-страница: [www.irn.org](http://www.irn.org)

Web-страница в Китае: [www.sanxia.uhome.net/](http://www.sanxia.uhome.net/)

Факс: 1 510 848-1008

International Rivers Network

1847 Berkeley Way

Berkeley, CA 94703 USA

### **Инициатива: Участие в пропаганде гигиены и санитарии (PHAST)**

Программа для участников, используемая рядом организаций, г.о. Восточной Африкой

Предложена: Всемирным банком региональных водных ресурсов и санитарной группой Юго-восточной Африки NETWAS и IWSD (два центра ресурсов в регионе) *UNICEF* -ESARO

Деятельность:

- Обучение рабочих в стране/регионе.
- Региональные и районные тренинговые работы.
- Проведение семинаров с художниками, с целью разработки материалов на сайте. Материалы и средства из основного пакета программы PHAST, адаптированные к местным характеристикам.

Адрес: Web-страница [www.wsp.org](http://www.wsp.org)

Факс 254 2 260386/260881

Regional Water and Sanitation Group-East and Southern Africa

Hill Park Building, Upper Hill

P.O. Box 30577, Nairobi, Kenya

### **Инициатива: *UNICEF***

Программа Водные ресурсы, окружающая среда и санитарии

Деятельность:

- Публикации и ресурсы
- Информация в программах *UNICEF*
- Журнал *UNICEF WES*

Адрес e-mail: [wesinfo@unicef.org](mailto:wesinfo@unicef.org)

Web-страница [www.unicef.org.programm/wes](http://www.unicef.org.programm/wes)

WES Section, Program Division, *UNICEF*

3 UN Plaza

New York, NY 10017, USA

### **Австралия**

#### **Инициатива: Водные ресурсы Гиппсланда**

Коммунальные услуги

Деятельность:

- Школьные образовательные программы и экскурсии.
- Рекламные кампании.
- Водосбережение.

Адрес: e-mail: [info@gippswater.com.au](mailto:info@gippswater.com.au)

Web-страница [www.gippswater.com.au](http://www.gippswater.com.au)

#### **Инициатива: Водный надзор, Виктория**

Мониторинг качества воды и усовершенствование рабочих сетей

Часть Водного надзора Австралии

Деятельность:

- Мониторинг качества воды общественными группами
- Рабочие сети.
- Кампании по повышению общественной осведомленности, семинары, и т.д.
- Образование, привлечение школ в мониторинг.
- Интернет: связь с общественными web-страницами.

Адрес: e-mail: [Info@vic.waterwatch.org.au](mailto:Info@vic.waterwatch.org.au)

Web-страница [www.vic.waterwatch.org.au](http://www.vic.waterwatch.org.au)

Факс: (03) 9412 4039

Department of Natural Resources and Environment

1/240 Victoria Pde, East Melbourne 3002, Australia

**Инициатива: Проект водных ресурсов, улучшения санитарно-гигиенических условий**

Органы общественного здравоохранения и инженерии, при содействии *UNICEF*  
Деятельность:

- Выполнение школьниками и учителями вспомогательной деятельности.
- Присуждение наград за самый большой охват территории водосбора своих рек.

Адрес: e-mail: [westin@unicef.org](mailto:westin@unicef.org)

Web-страница [www.unicef.org/programm/wes](http://www.unicef.org/programm/wes)

Факс: 880 212 824-6480

WES Section, Program Division, *UNICEF*

3 UN Plaza

New York, NY 10017, USA

**Буркина Фасо**

**Инициатива: *UNICEF***

Образование (санитария и гигиена)

Деятельность:

- Исследование болезней и эпидемий.
- Комитет по гигиеническим навыкам, состоящий из женщин, гигиеническое содействие в центре здоровья и местный театральный форум.
- Содействие школам в улучшении санитарных условий, строительство школьных уборных, мыло и ведра для каждого класса.
- Персональные коммуникации.
- Радио (возрастает его важность).
- Видео и местный театр.

Адрес: e-mail: [wesinfo@unicef.org](mailto:wesinfo@unicef.org)

[Dbajracharya@unicef.org](mailto:Dbajracharya@unicef.org)

Факс 1 21 824-6480

WES Section, Program Division, *UNICEF*

3 UN Plaza

New York, NY 10017, USA

**Канада**

**Инициатива: Водный фронт, Виннипег**

Департамент коммунальных услуг

Деятельность:

- Семейные брошюры
- Программа водосбережения
- Отношение с частными организациями
- Исследование загрязнений
- Экспонаты
- Школьные программы.
- Интернет.

Адрес: Web-страница: [www.mbnet.mb.ca/](http://www.mbnet.mb.ca/)

**Инициатива: водосберегательная стратегия рабочей группы**

Платформа правительственных (министерских) групп и частных компаний

Деятельность:

- Стратегия рабочей группы.
- Регулирование.
- Финансовые средства.
- Соревнования, присуждение наград, демонстрационные сайты.
- Социальные рыночные кампании.

- Встречи один на один с крупными пользователями водных ресурсов.
- Школьные программы.

Адрес: Web-страница: [www.gov.bc.ca/elp/](http://www.gov.bc.ca/elp/)  
 Факс 250 356-0605  
 BC Ministry of Environment, Lands and Parks  
 Water Management Branch,  
 PO Box 9340 STN Prov Govt  
 Victoria, B.C. V8W 9 M1  
 Canada

### **Камбоджа**

#### **Инициатива: гигиеническое образование в начальных школах Камбоджи**

SAWA, Всемирный Банк

Деятельность:

- Школьные комитеты гигиены
- Гигиенические образовательные учебные программы с наглядными пособиями.
- Послание сообщений детьми своим семьям.

Адрес: Web-страница: [www.wsp.org](http://www.wsp.org)

### **Колумбия**

#### **Инициатива: Министерство экономического развития и UNICEF**

Изучение местной информации относящейся к водным ресурсам

Деятельность:

- Детские книги с рассказами о воде.
- Клубы по защите водных ресурсов: предлагают помощь по водосбережению ученикам начальных классов и учителям.
- Другие виды деятельности, организованные как часть водного месяца.

Адрес: e-mail: [wesinfo@unicef.org](mailto:wesinfo@unicef.org)

Web-страница: [www.unicef.org/program/wes](http://www.unicef.org/program/wes)

Факс 1 212 824-6480

WES Section, Program Division, *UNICEF*

3 UN Plaza

New York, NY 10017, USA

### **Египет**

#### **Инициатива: национальная общественная схема для сбережения питьевой воды, Египет**

Комбинирование усилий нескольких партнеров; правительственные и неправительственные организации, частный сектор и международные институты

Деятельность:

- Снижение потерь воды, обучение местных водопользователей.
- Сотрудничество по изготовлению эффективных санитарных и водопроводных приспособлений.
- Пропаганда для сокращения потребления воды в общественных помещениях.
- Привлечение средств информации для влияния на общественное мнение.
- Персональные коммуникации с заинтересованной аудиторией.

Адрес:

Факс: 20 2 3041635

Dr. Emad El-Deen Adli Nada

The Arab Office for Youth and Environment (NGO)

14 Abu al-Mahasin Al-Shazli Street

Al Mohandesen, Giza

Египт  
PO Box 2- Majlis Al sha'ab-Cairo-Egypt

**Инициатива: Помощь водным ресурсам: регион Хетоза**

Водоснабжение и санитария

Помощь водным ресурсам (основанная неправительственной организацией, Великобритания) и местными неправительственными организациями

Деятельность:

Начальное техническое гигиеническое образование.

Адрес: см. адрес Помощь водным ресурсам Бангладеш

**Грузия**

**Инициатива: Гайя**

Неправительственная организация

Основные вопросы: окружающая среда, качество воды

Деятельность:

Образование и обучение учителей и школьных администраторов.

Адрес: e-mail: [gaia@itic.ge](mailto:gaia@itic.ge)

Dr Zaal Kikvidze

President of Gaia

4 Sul Khan-Saba Str.

Tbilisi 30007 Georgia

**Инициатива: отдельные неправительственные организации, UNICEF, WWF, ISAR, Гайя** решают проблемы окружающей среды в Грузии

Адрес: Web-страница: [www.grida.no/enrin/html/georgia](http://www.grida.no/enrin/html/georgia)

**Греция**

**Инициатива: Медитерранин, информационный офис окружающей среды, культуры и поддержания развития**

Деятельность:

- Образовательный материал по водным ресурсам в Медитерранин.

Адрес: MIO-ECSDE

Tripodon 28, 10558 Athens, Greece

Web-страница: [www.mio-ecsde.org](http://www.mio-ecsde.org)

**Индонезия**

**Инициатива: Джумат Берсих "Движение «чистая пятница»"**

Водоснабжение, санитария и гигиена

Правительство Индонезии и индонезийские мусульманские лидеры, UNICEF

Деятельность:

- Уделяет внимание гигиене для подготовки к пятнице (святой день).
- Посещение деревень для проведения религиозных митингов, и побуждение местных религиозных лидеров к образованию в области гигиене.
- Создание групп районных мотиваторов для семейного движения благосостояния (женщины).
- Обучение строительству туалетов.
- Ссуды и финансовая поддержка строительства туалетов.

Адрес: e-mail: [wesinfo@unicef.org](mailto:wesinfo@unicef.org)

Web-страница: [www.unicef.org/program/wes](http://www.unicef.org/program/wes)

Факс 1 212 824-6480

WES Section, Program Division, UNICEF

3 UN Plaza

New York, NY 10017, USA



## **Япония**

### **Инициатива: Японское общество охраны природы**

Основные проблемы окружающей среды, болот, лесов, морей, заповедников, рек  
Деятельность:

- Пропаганда образования в национальной учебной программе.
- Исследование национальной природы.
- Семинары по сбережению природы.

Адрес: e-mail: [Nature@nacsj.or.jp](mailto:Nature@nacsj.or.jp)

Web-страница: (Япония) [www.nacsj.or.jp](http://www.nacsj.or.jp)

Факс 81 332 65 05 27

Nature Conservation Society of Japan

Amaji-sambancho BLdg. 3F

5-24 Sambancho, Chiyoda-ku Tokyo 102 Japan

## **Мексика**

### **Инициатива: Мехико район Метрополитан**

Водосбережение

Органы общественных коммунальных услуг

Деятельность:

- Установление водных счетчиков.
- Экономические стимулы сокращения спроса на воду.
- Обмен программами
- Кампании по общественной информации, средства массовой информации, образование.

### **Инициатива: сухая санитария в Морелосе**

Espasio de Salud, малые неправительственные организации

Содействие строительству сухих туалетов для экономии воды

Доклад на конференции по общественному водоснабжению и санитарии, 5-8 мая, 1998, Всемирный банк Вашингтон DC.

Деятельность:

- Помощь местным общественным группам.
- Демонстрация моделей сухих туалетов.
- Усилия добровольцев.

Адрес: [www.wsp.org](http://www.wsp.org)

## **Непал**

### **Инициатива: Помощь водным ресурсам**

Водоснабжение и санитария

Помощь водным ресурсам (основанная неправительственной организацией, Великобритания)

Деятельность:

- Образование местных мотиваторов здравоохранения
- Образовательные пакеты
- Куклы в образовании, игровые роли, драма.
- Образование в здравоохранении, направленное на женщин и детей.

Адрес: см. адрес Помощь водным ресурсам Бангладеш

## **Территория Палестины**

### **Охрана и защита водных ресурсов**

UNDP и водоохраные органы Палестины, кампания чтения Тамера

Деятельность:

- Образование, работа с учителями.
- Фестивали, исследования эффективности рекламы.

- Театр, социальный рынок, телевизионные сообщения, видеоклипы, афиши и щиты для объявлений.
- Официальные сообщения в прессе.
- Профессиональный тренинг
- Служба охраны
- Личные коммуникации.

Адрес : Источник [www.wsscc.org/](http://www.wsscc.org/)

Факс 972 2 6280089

UNDP, Program of Assistance to the Palestinian People

PO Box 51359, Jerusalem, Israel

### **Папуа, Новая Гвинея**

#### **Инициатива: Центр грамотности и осведомительных публикаций (LAMP)**

Летний Институт лингвистики

Деятельность:

- Производство материалов по грамотности и осведомленности по отдельным темам.
- Компьютерный центр.
- Компьютерные сети, распространяющие материалы среди 20 различных центров провинций.

Адрес: e-mail: [lit-dev.uk@sil.org](mailto:lit-dev.uk@sil.org)

Web-страница: [www.unesco.org/education](http://www.unesco.org/education)

Факс 44 1494 483297

Dr. Clinton D.W. Robinson, SIL Literacy and Development Liaison Unit

Horleys Green, High Wycombe

Buckinghamshire, HP 14 3XL

UK

### **Филиппины**

#### **Инициатива: программа восстановления рек**

Движение Сагип Пасиг - коалиция, привлекающая 30 неправительственных организаций и правительственных агентств. Предложена коалицией GREEN (неправительственная организация)

Деятельность

- Организация 50 зон по мониторингу рек.
- Общественные программы по устранению загрязнения.
- Пропаганда и информационные кампании, нацеленные на политических деятелей и общество.
- Обучение, ресурсы и их распространение.
- Тренинг.
- Рабочие сети.

Адрес: e-mail: [smp@pacific.net.ph](mailto:smp@pacific.net.ph)

Факс 63 527 4349

Sagip Pasig Movement

2<sup>nd</sup> flr. East Bank Bldg. 3

Muralla St.

### **Сингапур**

#### **Инициатива: совет общественных предприятий коммунальных услуг (Сингапур)**

##### **Коммунальные услуги**

Деятельность:

- Школьные образовательные программы.
- Водные семинары.

- Рекламные кампании.
  - Упражнение «Выключайте воду».
- Адрес: Web-страница [www.pub.gov.sg](http://www.pub.gov.sg)  
Public Utilities Board Singapore  
111 Somerset Road # 15-01  
Singapore 238164  
Republic of Singapore

### **Южная Африка**

#### **Инициатива: программа для школ по улучшению санитарных условий**

Санитария и гигиена

Кооперативная программа неправительственных организаций, образовательных систем, общественных коммунальных услуг и доверия Мвула

Деятельность:

- Санитария в школах и в жизни.
- Лоббирование и семинары, привлекающие политиков и официальных лиц.
- Образовательные программы, включающие проведение водных исследований учениками.
- Санитарная неделя.
- Материалы и разработка учебных программ.

Адрес: Web-страница: [www.mvula.co.za/documents/wedc/doc1.html](http://www.mvula.co.za/documents/wedc/doc1.html)

### **GREEN Южная Африка**

#### **Программа определения качества воды и сбережения вододанов SHARE-NET, SWAP, Водные ресурсы Умгени, Проект водных ресурсов и др.**

Деятельность

- Помощь детям в мониторинге качества воды рек и их притоков.
- Рабочие сети программ, привлекающие молодежь.
- Мониторинг рек и их водосборов.
- Обмен опытом среди участников.
- Доступные ресурсы в ассоциации международной рабочей сети GREEN.

Адрес: Факс 27 331-471037

GREEN Support

R. O'Donoghue

Natal Parks Board

PO Box 662

Pietermaritzburg 3200

South Africa

#### **Инициатива: Школьные программы охраны водных ресурсов**

##### **Местная глава GREEN**

Университет Стэлинобош

Адрес Web-страница: [www.umgeni.co.za](http://www.umgeni.co.za)

#### **Кампания охраны водных ресурсов**

##### **Снабжение водным оборудованием**

##### **Водосбережение, восстановление болот**

Деятельность:

- Кампания в средствах информации, детское телевидение.
- Устранение утечки воды из крана, туалетного бачка.
- Льготы для заинтересованных групп (планирование, местные власти).
- Программы по садоводству, киоски для продажи рассады.
- Образовательный центр в парке.

- Посадка водолюбивых деревьев.
- Адрес: Web-страница: [www.waterwise.co.za](http://www.waterwise.co.za)

### **Инициатива: проект охраны болот**

#### **Деятельность:**

- Пропаганда на национальном и провинциальном уровне.
- Пропаганда среди собственников вэтландов и общественная осведомленность.
- Дни фермеров, руководство для землевладельцев.

Адрес: Web-страница [www.psybergate.com/wetfix/home.html](http://www.psybergate.com/wetfix/home.html)

### **Инициатива: водные ресурсы Умгени**

#### **Водоохранные органы**

#### Деятельность:

- Образовательные ресурсы и вспомогательный материал, доступный через интернет.
- Водный фестиваль.

Адрес: Umgeni Water  
External education Service  
PO Box 9  
Pietermaritzburg 3200  
South Africa

### **Испания**

#### **Инициатива: водосбережения**

#### Деятельность:

- Образовательный материал по грунтовым водам
- Игры по грунтовым водам для школ в средствах массовой информации.
- Плакаты.

Адрес: Fundacion Marcelino Botin, Proyecto Aquas Subterraneas  
Plaza Manuel Gomez Moreno, 2. 28020 Madrid  
Spain  
[pas@mfbotin.es](mailto:pas@mfbotin.es)  
[www.fundacionmbotin.org](http://www.fundacionmbotin.org)

### **Инициатива: Сарагоса, проект экономии водных ресурсов**

#### **Неправительственная организация, правительство, программа EU LIFE**

#### Деятельность:

- Привлечение сектора бизнеса для изготовления и продажи эффективного оборудования.
- Реклама на телевидении, радио, прессе, в брошюрах, плакатах, рекламных щитах, реклама в бизнесе и муниципальных почтовых сайтах.
- Образовательные программы.
- Поведение крупномасштабных потребителей.

Адрес: Web-страница: [www.agua.ecodes.org](http://www.agua.ecodes.org)  
Факс 34-976 22 64 69  
Victor Viouales Edo  
San Miguel, 49, 2 Dcha  
Fundaciun Ecologia y Desarrollo  
Zaragoza, Spain, 50001

### **Шри -Ланка**

#### **Инициатива: комитет водоснабжения и санитарный проект**

Министерство сельского и городского развития, Всемирный банк водоснабжения  
Образование в санитарии и гигиене

Деятельность:

- Школьные гигиенические образовательные программы
- Деятельность сельских участников.
- Содействие строительству уборных.

Адрес: Web-страница: [www.irc.nl](http://www.irc.nl)

e-mail: [sshe@irc.nl](mailto:sshe@irc.nl)

IRC, PO Box 2869, 2601 CW Delft, The Netherlands

## **Великобритания**

### **Инициатива: Темза, водные ресурсы**

Органы коммунального обслуживания (международные и Великобритании)

Эффективность водных ресурсов

Деятельность:

- Сообщения в печати.
- Отправление по почте брошюр и деловых руководств.
- Распространение эффективного водного оборудования.
- Школьные программы.
- Интернет.

Адрес: Web-страница: [www.thames-water.com](http://www.thames-water.com)

Thames Water

PO Box 436 Swindon

SN381TU UK

## **Украина**

### **Инициатива: МАМА-86, экологические неправительственные организации и UNED-UK**

Деятельность:

- Средства для определения качества питьевой воды.
- Исследование общественного мнения о проблемах водных ресурсов.
- Повышение общественной осведомленности.
- Создание общественной платформы для учреждения нового законодательства.

Адрес: e-mail: [mama86@gluk.org](mailto:mama86@gluk.org)

[Mama86@mama-86.kiev.ua](mailto:Mama86@mama-86.kiev.ua)

Web-страница: [www.mama-86.kiev.ua](http://www.mama-86.kiev.ua)

Факс 380 44 2295514

МАМА-86, проект качества питьевой воды

Ул. Михайловская 22, 01001, Киев, Украина

## **США**

### **Инициатива: водоохраный офис Альбукерке**

### **Городское правительство, водосбережение**

Деятельность:

- Образование, театр
- Рынок
- Цены, субсидии/бесплатное оборудование.
- Пропаганда/законодательство для промышленности.

Адрес: e-mail: [jasw@cabq.gov](mailto:jasw@cabq.gov)

Web-страница: [www.cabq.gov/resources/index/html](http://www.cabq.gov/resources/index/html)

City of Albuquerque

Public Works department, PO Box 1293,

Albuquerque, NM 87103, USA

**Инициатива: муниципальная ассоциация пользователей водных ресурсов, Аризона ассоциация коммунальных услуг, водосбережение**

Деятельность:

- Образование
- Общественные отношения.
- Плакаты, рекламные щиты, брошюры.
- Пропаганда.
- Законодательство
- Жизненные мероприятия
- Планирование садов с растениями, не требующие большого количества воды.

Адрес: e-mail: [webmaster@amwua.org](mailto:webmaster@amwua.org)

Факс 1 602 248-8423

Arizona Municipal WUA

4041 North Central Avenue, Suite 900

Phoenix, Arizona 85012, USA

**Кампания охраны вэтландов, Одубон  
Сбережение и восстановление болот, общество охраны природы, Одубон**

Деятельность:

- Рабочие сети добровольцев
- Политическая пропаганда
- Образование для оценки вэтландов (как в школах, гражданских группах, официальных лиц, так и в средствах информации).
- Туры по болотам для официальных лиц и представителей средств массовой информации
- Также в ряде стран за пределами США.

Адрес: Web-страница: [www.audubon.org](http://www.audubon.org)

Факс 1-212 979 3188

National Audubon Society

700 Broadway

New York, NY 10003, USA

**Инициатива: водосберегательный офис Авроры, ассоциация коммунальных услуг**

Деятельность:

- Молодежные водные фестивали.
- Студенческие соревнования на лучший плакат
- Презентации и докладчики
- Внесение темы по водным ресурсам в учебную программу

Адрес: Web-страница: [www.ci.aurora.co.us](http://www.ci.aurora.co.us)

Факс 1 303-739-7491,

1470 S. Havana Street

Suite 400

Aurora, CO 80012, USA

**Инициатива: водосбережение, Темпе**

Деятельность:

- Эффективность ирригации
- Планирование, руководство по орошению

Адрес: Web-страница: [www.tempe.gov/water/water3.htm](http://www.tempe.gov/water/water3.htm)

**Инициатива: восточный район городского коммунального обслуживания; водосбережение, органы коммунального обслуживания**

Деятельность:

- Школьные программы.
- Работы по планированию ирригации.
- Общественные мероприятия.
- Конкурсы и присуждение наград победителям.
- Консультации по сбережению для коммерческих и промышленных компаний.

Адрес: Web-страница: [www.ebmud.com](http://www.ebmud.com)

**Инициатива: радио консорциум Великих Озер**

Сбережение озер

Деятельность:

- Радио
- Рабочие сети в 30 радиостанциях.
- Обеспечение информацией средств массовой информации.
- Еженедельная служба новостей.

Адрес: Web-страница: [www.glr.org](http://www.glr.org)

**Инициатива: проект начальной школы Иллинойса по грунтовым водам  
Образование по грунтовым водам**

Деятельность:

- Часть речного проекта.
- Обучение учителей.
- Подготовка учебной программы по определению качества грунтовых вод, грунтовые воды и геология.
- Программа по тестированию студентов и родителей для оценки водоемов (качество воды).
- Подготовка моделей, тестовых и других материалов.

Адрес: e-mail: [Mmondy@siue.edu](mailto:Mmondy@siue.edu)

Web-страница: [www.siue.edu/OSME/river/GWHome.html](http://www.siue.edu/OSME/river/GWHome.html)

**Инициатива: дети охраняют землю**

**Охрана окружающей среды**

Деятельность:

- Общественные отношения.
- Привлечение детей.
- Детские статьи

Адрес: e-mail: [KSEWW@aol.com](mailto:KSEWW@aol.com)

Web-страница: [www.kidsforsavingearth.org](http://www.kidsforsavingearth.org)

Факс 1-763-559-6980

**Инициатива: комитет Моно - Озера, Лос Анжелес  
неправительственные организации, водосбережение, охрана Моно Озера**

Деятельность:

- Парады
- Образовательные учебные программы
- Мероприятия, экскурсии, программа каноэ
- Выпуск в печать
- Привлечение добровольцев
- Бесплатное оборудование. (ULFT)
- Пропаганда среди политиков.
- Активное привлечение общественности/религиозных групп для проведения кампании

Адрес: e-mail: [info@monolake.org](mailto:info@monolake.org)

Web-страница: [www.monolake.org](http://www.monolake.org)

Факс 1 760 647-6377

**Инициатива: River Project, университет и совет высшего образования,  
Иллинойс**

Деятельность:

- Изучение проблем водных ресурсов.
- Проведение анализа образцов воды студентами.
- Связь между школами через интернет и проекты.
- Речная учебная программа.
- Праздник чистой воды (фестиваль).
- Учебные занятия для учителей.
- Составление студентами речных журналов.
- Проект по грунтовым водам.

Адрес: Web-страница: [www.siu.edu/OSME/river](http://www.siu.edu/OSME/river)

Факс 1 618 850 3359

**Инициатива: Хьюстон, программа Водосбережения, Органы общественно-  
коммунального обслуживания (правительство)**

Деятельность:

- Фестивали и мероприятия.
- Докладчики для школ
- Устройства для сбережения воды
- Туры по водоперерабатывающим заводам.
- Ирригационные проверки
- Контакты потребителей.

Адрес: Web-страница: [www.houston.tx.us/](http://www.houston.tx.us/)

**Инициатива: водоинформационная программа Колорадо  
Обеспечение основной информации по проблемам водных ресурсов,  
сбережение, использование водных ресурсов, водное право.**

Деятельность:

- Разработка информационных брошюр, издание 2 раза в месяц, резюме и другие материалы.
- Образовательные и учебные программы.
- Участие в водных фестивалях, конференциях, митингах.

Адрес: e-mail: [Water@waterfrontier.net](mailto:Water@waterfrontier.net)

Web-страница: [www.waterinfo.org](http://www.waterinfo.org)



Факс 1 970 259-8423

**Инициатива: эффективное использование водных ресурсов и сбережение руководящей группы Оранжевого района; органы коммунального управления (правительство)**

Деятельность:

- Продажа оборудования (туалеты, эффективные душевые, и др.)
- Программа эффективности ирригационного ландшафта.
- Образование «капля грунтовой воды» в качестве символа кампании.
- Детский ежегодный водный фестиваль.
- Посещение учителями других школ.

Адрес: Источник: [www.Uswaternews.com](http://www.Uswaternews.com)

**Инициатива: программа эффективного использования водных ресурсов и энергии сбережение водных ресурсов и энергии национальная энергетическая организация**

Деятельность:

- Образовательная программа; учебная программа, включающая эффективное водное оборудование.
- Стимулирование детей для проверки потребления воды и энергии в доме.

Адрес: web-страница: [www.getwise.org](http://www.getwise.org)

**Узбекистан**

**Инициатива: водоснабжение, проект санитарии и здравоохранения Всемирный банк и UNDP, санитария и гигиена**

Деятельность:

- Строительство уборных
- Содействие в гигиене.
- Комбинирование рынка и подходов участников.
- Популярная музыка, картины, местный детский театр

Адрес: Web-страница: [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)

**Инициатива: проект восстановления лесов ризофоры; министерство сельского хозяйства и сельского развития, три разные провинциальные власти, Евроконсульство и др.**

Деятельность:

- Восстановление лесных массивов ризофоры.
- Общественное развитие
- Образовательные программы по охране окружающей среды и общественной осведомленности

Адрес: Факс 84 8 9635245

## Приложение 2. Средства

### Заказ каталогов почтой

Водные ресурсы Умгени (Южная Африка) предлагает различные материалы в каталогах Интернета. Видеоматериалы, справочники для учителей, помощь учителям, плакаты, газеты и руководства можно заказать через каталог в Интернете по ряду тем, таких, как вэтланды, водосбережение и гигиена.

Примеры:

- 101 идея для национальной водной недели и дня реки, Стив Кэмп и Керри Дженер.
- GREEN Мониторинг качества воды в Южной Африке, руководство, Джей О'Кифи и Джени Дэй, 1993

Каталог может быть найден на следующих web-страницах:

[www.umgeni.co.za/services/education/mailorder](http://www.umgeni.co.za/services/education/mailorder)

e-mail: [steve.camp@umgeni.co.za](mailto:steve.camp@umgeni.co.za)

Умгени также предлагает несколько наборов инструментов для учителей.

### Лучшие практические навыки на CD-ROM

UNCHS (Естественная среда) и совместная организация выпустила диски CD-ROM «Практические навыки по улучшению окружающей среды», включающие 300 описаний инициатив из 75 стран. Включает ряд инициатив по водному сектору.

[www.sustainabledevelopment.org/blp](http://www.sustainabledevelopment.org/blp)

Факс (1 212) 6284265, e-mail: [info@together.org](mailto:info@together.org)

[www.together.org](http://www.together.org)

UNCHS (естественная среда)

Факс (254 2) 623080

E-mail: [bestpractice@unchs.org](mailto:bestpractice@unchs.org)

[www.sustainabledevelopment.org/blp](http://www.sustainabledevelopment.org/blp)

### Обозрение программ США – образование молодежи по водным ресурсам

Обзор 100 различных, учебных программ в США связанных с водными ресурсами может быть заказано через ниже указанные адреса. Обзор включает резюме, контрольный перечень содержания и место, где учебная программа может быть заказана. Другими материалами является видео исследование 8 молодежных образовательных программ по водным ресурсам.

Тел 800/276-0462

Факс 614/292-0263

[www.umex.edu/erc/yws/index.html](http://www.umex.edu/erc/yws/index.html)

[erice@osu.edu](mailto:erice@osu.edu)

### Образовательные ресурсы по окружающей среде в Испании

Интернет - сайт с большим количеством информации, где большая часть связана с водными ресурсами, включает краткие описания и адреса, где вы можете заказать материал. Материал содержит руководство к деятельности, аудио обозрение, детские книги и материалы для учебной программы.

[www.uswp.edu.acad.wcee.spanish.html](http://www.uswp.edu.acad.wcee.spanish.html)

### Образовательные ресурсы Мирового Банка

Планы уроков

[www.worldbank.org/depweb/english/resource/index.htm](http://www.worldbank.org/depweb/english/resource/index.htm)

### Руководство к учебной программе River Project

River Project проводит уроки по учебной программе, доступной для всех континентов. Эти уроки, основанные на изучении рек, представлены учителями старших школ и могут быть использованы для самостоятельного обучения, как дополнение к существующим программам. Шесть уроков – биология, химия, земельные науки, география, языки и математика. Учебная программа включает полевую и классную деятельность, подготовительный материал. Учебная программа River Project предлагает 6-ти дневные тренинги для учителей средних школ.

River Project недавно разработал учебную программу по грунтовым водам, включающую модель грунтовых вод.

[www.siu.edu/OSME/river/index.html](http://www.siu.edu/OSME/river/index.html)

Усовершенствование учебной программы по водосбору (Строительство экологических образовательных решений, Inc. BEES)

Средства и идеи, относящиеся к рекам и водосборам, доступные в Интернете. Г.о. для заказа детьми и подростками.

[www.beesing.org/resource](http://www.beesing.org/resource)

e-mail: [Kwyatt@TheWatershed.org](mailto:Kwyatt@TheWatershed.org)

### **STREAMS (Команды по изучению сельской окружающей среды с целью изучения управления водными ресурсами)**

Учебная программа доступна в Интернете. Темы включают кислотные дожди, загрязнение воздуха, математические уравнения, деятельность на открытом воздухе и др.

[www.ems.psu.edu/HAMS/overview.html](http://www.ems.psu.edu/HAMS/overview.html)

### **Экспериментальные наборы инструментов**

Как участники Акваторса 2000, школы получают один бесплатный экспериментальный набор. Он включает инструкции, руководство и необходимые реактивы для проведения 20 опытов, каждый включает количественное определение биологической активности (сероводород и токсический эффект пресноводной гиды).

Руководство содержит необходимую техническую информацию для проведения каждого исследования. Шаг за шагом оно помогает студентам и учителям количественно определить биологическую активность. Она также охватывает и другие темы, включающие водные ресурсы и здравоохранение, научный процесс, методы сбора водных проб, и как использовать Интернет для получения сообщений о результатах тестирования.

[www.idrc.ca/fquatox/en/experiment/intro.html](http://www.idrc.ca/fquatox/en/experiment/intro.html)

### **Мониторинг качества водных ресурсов, основанный школами – GREEN**

Всемирная речная экологическая образовательная рабочая сеть (GREEN) (Южная Африка) выпустила (среди других публикаций) руководство для проведения школами мониторинга качества воды. Оно включает низкие цены/средства для самостоятельной работы с целью проведения мониторинга. В публикациях также перечислен перечень региональных групп поддержки.

Заказ GREEN публикаций.

Следующие сайты обеспечивают линейный заказ книг, средств информации и оборудования для мониторинга водных ресурсов.

[www.earthforce.org/green/catalog/](http://www.earthforce.org/green/catalog/)

### **Инициативы по образованию**

UNCHS (естественная среда) разработала инициативы образования по водным ресурсам, нацеленные на создание новой этики использования водных ресурсов в городах Африки. Использование подходов водного образования, введенного в-Кот д'Ивуар, Эфиопия, Гана, Кения, Сенегал, Южная Африка и Замбия. Программа внедряет водное образование в школах через национальную учебную программу.  
[www.un-urbanwater.net](http://www.un-urbanwater.net)

### **Помощь учителям по низким ценам (TALC)**

TALC предлагает помощь учителям в области здравоохранения материалами и книгами. Он также имеет материалы, связанные с гигиеной, сельским водоснабжением. Вы можете также заказать вспомогательные материалы такие, как чертежи, кассеты, слайды. Спрашивайте каталог по следующему адресу:

Факс 00 44 1727 846852

E-mail: [talcuk@btInternet.com](mailto:talcuk@btInternet.com)

### **IRC Международные водные ресурсы и центр санитарии**

Рабочая сеть по распространению информации, обмену опытом и будущему сотрудничеству. Работает совместно с UNICEF со школой санитарии и гигиеническому образованию.

Факс 31-15 219 09 55, E-mail: [sshe@irc.nl](mailto:sshe@irc.nl)

[www.irc.nl/sshe](http://www.irc.nl/sshe)

Центр ресурсов – течение знаний

Всемирная коалиция центра ресурсов, предложенная IRC. Привлекла для начала сотрудничества следующие организации:

- CINARA - Колумбия
- CREPA – Буркина Фасо
- IRC – Нидерланды
- IWEE – Финляндия
- IWSD – Зимбабве
- Международная NEYWAS – Кения
- PCWS – IT организация – Филиппины
- pS- Eau - Франция
- SKAT – Швейцария

Контактный адрес:

Факс 31-15 219 09 55

E-mail: [bastemeyer@irc.nl](mailto:bastemeyer@irc.nl)

[www.irc.nl/projects/stream](http://www.irc.nl/projects/stream)

### **Водные ресурсы и санитарная программа (Всемирный Банк)**

Международное партнерство с мировым проектом. Публикации, доступные для региона Андиян, Восточной Африки, Тихого Океана, Южной Азии, Восточной и Южной Африки, Западной и Центральной Африки. Материалы, включающие доклады, справочники и видео предоставляются бесплатно.

Всемирный Банк

Факс 1 202 522 3228

E-mail: [info@wsp.org](mailto:info@wsp.org)

[www.wsp.org](http://www.wsp.org)

**Всемирная организация здравоохранения – водные ресурсы, санитария и средства здравоохранения**

Предлагает ряд справочников, тренинговых пакетов, технических руководств. Линии программы PHAST (Участие в гигиенической и санитарной трансформации) также доступны.

Факс +44 1438 748844

E-mail: [customerservise@earthprint.co.uk](mailto:customerservise@earthprint.co.uk)

[www.earthprint.com](http://www.earthprint.com)

[www.un-water.net](http://www.un-water.net)

[www.who/int/water sanitation health/](http://www.who/int/water_sanitation_health/)

### **Материалы по экономии воды в садоводстве**

Орора, отдел коммунального обслуживания (США)

Брошюры и публикации по водосбережению через водоекономный ландшафт и использование растений, толерантных к засухе.

[www.ci.aurora.co.us/utilities](http://www.ci.aurora.co.us/utilities)

Ресурсы для защиты вэтландов

Институт Террин (США) подготовил брошюры, плакаты и видео, которые можно заказать через Интернет. Также доступны отдельные демонстрационные модели, например, относящиеся к грунтовым водам или загрязнению.

[www.terrene.org/home.htm](http://www.terrene.org/home.htm)

### **Видео по окружающей среде (ЕЕТРС)**

Видео материал по проблемам окружающей среды в основном включает водосбережение. Примеры: «Города, испытывающие жажду» (Латинская Америка), «Выставка арабских садов» (Йемен). Больше на английском.

[www.eetpc.org/filmlist.htm](http://www.eetpc.org/filmlist.htm)

### **Международный офис по водным ресурсам**

Имеет связь со страницами по водным ресурсам и окружающей среде, неспецифичных для осведомительных кампаний и образования.

[www.oieau.fr/anglais/fpotes/htm](http://www.oieau.fr/anglais/fpotes/htm)

### **Африканские водные страницы**

Немного медленные, но связанные с основными страницами африканских водных ресурсов.

[www.africanwater.org/link.htm](http://www.africanwater.org/link.htm)

### **Ланик - Окружающая среда в Южной Америке**

Предлагает большое число web - адресов неправительственных организаций в Южной Америке, некоторые из которых относятся к водным ресурсам. Web-страницы чаще в Испании или Португалии

[www.lanic.utexas.edu/la/region/enviroment/](http://www.lanic.utexas.edu/la/region/enviroment/)

### **Организации по окружающей среде web - управление**

Темы правильного управления со множеством контактных единиц, которые включают, например, качество водных ресурсов, грунтовые воды, реки (больше в США).

[www.webdirectory.com/Water\\_resources](http://www.webdirectory.com/Water_resources)

### **Новости по водным ресурсам в США**

Страница с новостями и достижениями по водному сектору в США; чаще получает информацию от водосберегательных кампаний.

[www.uswaternews.com/news.html](http://www.uswaternews.com/news.html)

### **ООН Программа окружающей среды**

[www.grida.no/](http://www.grida.no/)

**Водный надзор, Австралия**

- объединяет большое количество австралийских и международных инициатив.

[www.vicwaterwatch.org.au](http://www.vicwaterwatch.org.au)

### **Приложение 3. Использованная литература**

Clark, G.A. and A.C. Espacio de Salud. 1998.

Dry sanitation in Morelos, Mexico, Paper presented at the Community Water Supply and Sanitation Conference. Washington D.C.: The World Bank.

Curtis, V.A. 1998.

The dangers of dirt: Household hygiene and health, PhD Thesis. The Netherlands: Wageningen University.

Fill, C. 1995.

Marketing communications: Frameworks, theories and applications. Hertfordshire: Prentice Hall.

Fishbein, M. and L. Azjen. 1975.

Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.

Fox, J.A. and J. Levin. 1993.

How to work with the media. USA: Sage Publications.

Golubovska-Onisimova, A., C. Flenley, and Y. Panina. 1999.

Drinking water in Ukraine: communication and empowerment for local and international action. UK: MAMA-86 and UNED.

Haupt, F. and IC Infraconsult Ltd. 1998.

Switzerland, a pilot project in the Aral Sea Disaster Zone, Uzbekistan, Paper presented at the Community Water Supply and Sanitation Conference. Washington D.C.: The World Bank.

Hawes, H., ed. 1997.

Health promotion in our schools. UK: Child-to-Child Trust and UNICEF.

van den Heuvel, J. H. J. 1998.

Beleidsinstrumentatie: sturingsinstrumenten voor het overheidsbeleid (Policy-tools: steering instruments for government policy). The Netherlands: Lemma D.V.

Marlow, E., and J. Sileo. 1996.

Electronic public relations. USA: Wadsworth Pub Co.

de Mooij, M. 1998.

Global marketing and advertising: Understanding cultural paradoxes. USA: Sage Publications.

O'Keefe, J., and J. Day. 1993.

GREEN water quality monitoring in Southern Africa, a field guide. South Africa: Umgeni Water.

United Nations Centre for Human Settlements Habitat (2001).

"Water Education in African Cities: report of an expert group meeting, 30 April-2 May 2001".

UNICEF. 1998.

Jumat Bersih "clean Friday movement: Case-study of UNICEF workshop on Environmental Sanitation and Hygiene, conference proceedings, 1998.

Uppal, J. 1996.

Reaching the unreached: Strategies for the 21st century, a new communication strategy. Conference proceedings of the 22nd WEDC Conference New Delhi, India.

Water Conservation Strategy Working Group. 1998.

A water conservation strategy for British Columbia. Canada: BC Ministry of Environment Lands and Parks. [www.env.gov.bc.ca/wat/wrs/strategy](http://www.env.gov.bc.ca/wat/wrs/strategy).

Wilcox, D.L., P.H. Ault, and W.K. Agee. 1998.

Public relations: Strategies and tactics. USA: Longman.

van Woerkum, C. D. Kuiper, and E. Bos. 1999.

Communicatie en innovatie: Een inleiding (Communication and innovation: An introduction). The Netherlands: Samson.



## Приложение 4. Дополнительная информация

### Водные Ассоциации:

- ANA** - Ассоциация питомников Аризоны (США)  
**СДС** – Изучение циклов водосборов рек  
**СНА** – Общественные агенты здравоохранения  
**EMBUD** – восточный муниципальный район коммунального обслуживания  
**ЕОС/DICAC** - Неправительственные организации в Эфиопии, работающие с программой Помощь водным ресурсам.  
**EPA** – Агентство по защите окружающей среды (США)  
**EYDAP** – Водоснабжение и компании по канализационным системам (Греция)  
**FAO** – Организация питания и сельского хозяйства  
**GREEN** – Всемирная речная окружная образовательная рабочая сеть  
**IRCOP** – Органы интегрального развития и окружающей среды (Словения)  
**IRN** – Международная речная рабочая сеть  
**KSE** – Дети и охрана земли (США)  
**LAMP** – Публикационные Центры по грамотности и осведомленности (Папуа Новая Гвинея)  
**LAWCC** – Лос Анжелес Органы Водосбережения (США)  
**MAMA - 86** - Кампания питьевой воды на Украине, Неправительственная организация  
**MLC** – Комитет Моно Озера (США)  
**NEWAN** – Неправительственная организация в Непале, работающая с программой Помощь водным ресурсам.  
**NGO** – неправительственная организация  
**NUON** – Органы коммунального управления в Нидерландах  
**ONEP** – Национальный офис де I'Eau Потэбл (Марокко)  
**PR** – Общественные отношения  
**PRA** –Сельское участие (исследования участников, используемые во многих разработках программ)  
**PHAST** - Участие в Трансформации Гигиены и Санитарии, программа, организованная в Восточной Африке  
**PWA** – Водные власти Палестины  
**RWSG** – Региональные водные ресурсы и водные группы  
**STREAMS** – «Поток знаний», всемирное сотрудничество центра ресурсов  
**SWAP** – Школьные программы по охране водных ресурсов (Южная Африка)  
**UNDP** –Организация Объединенных Наций, Программа Развития  
**UNICEF** - Организация Объединенных наций, Детский Фонд  
**VERC** – Центр ресурсов для сельского образования (Бангладеш)  
**WAVE** – Водные ресурсы для эффективности добровольцев  
**WB** – Всемирный Банк  
**WES** – Водные ресурсы и улучшение санитарных условий окружающей среды  
**WET** – Образование по водным ресурсам для учителей (программа, организованная в США/Канаде)  
**WHO** – Всемирная организация здравоохранения  
**Xeriscape** – Проект садов, растения требующие малого количества воды

*ДЛЯ ЗАМЕТОК*

*ДЛЯ ЗАМЕТОК*

Воутер Шаап, Фрэнк ван Стинберген

## **ИДЕИ КАМПАНИЙ ПО ОБЩЕСТВЕННОЙ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ В СФЕРЕ ВОДНЫХ РЕСУРСОВ**

**Редакционная коллегия** - проф. Духовный В.А., Соколов В.И.,  
Пулатов А.Г., Татур С.П., Турдыбаев Б.К., Беглов И.Ф.

**Перевод** - Обидина Н.А.

**Редакторы** - Татур С.П., Соколов В.И.

**Компьютерная верстка** - Акбаров О.Р.

**Оригинал-макет** - Беглов И.Ф.

Подготовлено к печати и первый тираж (50 экз.) отпечатан  
в Научно-информационном центре МКВК  
Республика Узбекистан, г. Ташкент,  
м-в Карасу-4, 11  
[www.icwc-aral.uz](http://www.icwc-aral.uz)

Основной тираж (500 экз.) опубликован при содействии  
Глобального водного партнерства для Центральной Азии и Кавказа  
[www.gwpcasena.org](http://www.gwpcasena.org)