



**Национальная медиастратегия
по декарбонизации для вовлечения и повышения
осведомленности промышленных компаний**

Астана, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Цели и задачи национальной медиа-стратегии	4
Текущая ситуация и уровень знаний вопросов декарбонизации на промышленных компаниях.....	4
Основные термины и аспекты для обеспечения понимания по вопросам декарбонизации.....	7
Ключевые направления национальной медиа-стратегии	14
Целевая аудитория и каналы распространения информации	16
Учебный материал для использования в ходе изучения вопросов декарбонизации промышленности	19
Шаблоны презентаций для PR-специалистов по вопросам декарбонизации промышленности с целью применения в процессе коммуникации.....	24
Ожидаемые результаты.....	24
План действий по реализациям национальной медиа-стратегии.....	25

Введение

Национальная медиастратегия по декарбонизации для вовлечения и повышения осведомленности промышленных компаний подготовлена в рамках проекта «Дальнейшее укрепление потенциала Казахстана в области программирования, институциональная поддержка расширения прямого доступа к Зеленому Климатическому Фонду (ЗКФ) и развитие системы «зеленых» финансов» (далее – Проект).

Как известно, ключевым направлением в достижении целей низкоуглеродного развития в промышленном секторе, которые установлены в Стратегии достижения углеродной нейтральности РК до 2060 года, утвержденного Главой государства К. Токаевым в феврале 2023 года, является внедрение технологий в области декарбонизации.

Наряду с внедрением технологий по декарбонизации в производственные процессы, актуальным шагом также является информирование и донесение общественности информации о результатах проводимой работы промышленных компаний в данном направлении.

Данная медиастратегия служит ориентиром (шаблоном) для сотрудников промышленных компаний, ответственных за информирование и повышение уровня осведомленности по декарбонизации.

Стратегия в том числе даст возможность другим промышленным компаниям, где только планируются мероприятия по декарбонизации, получить практическую информацию и построить свой план действий по низкоуглеродному развитию.

В конечном результате, промышленные компании на основе национальной медиастратегии получают различные инструменты работы с материалами по декарбонизации и в целом повысят свою информированность в планировании и реализации мероприятий по декарбонизации.

Цели и задачи национальной медиа-стратегии

Основной целью национальной медиастратегии является повышение информированности всех заинтересованных сторон в вопросах декарбонизации в промышленности. Данная стратегия служит ориентиром (шаблоном) для сотрудников промышленных компаний, ответственных за информирование и повышение уровня осведомленности.

При реализации национальной медиастратегии планируется, что ответственные сотрудники промышленных компаний по вопросам медиа улучшат свои навыки и компетенции в подготовке информационных материалов по декарбонизации.

Национальная медиастратегии призвана решить следующие задачи:

- дальнейшее формирование экологической культуры в промышленных компаниях и снижение негативного воздействия на окружающую среду;
- появление и увеличение качественного контента в области декарбонизации промышленного сектора на информационном поле;
- предоставление возможности проведения семинаров и тренингов по декарбонизации на промышленных предприятиях собственными силами на основе полученных навыков и материалов.
- тиражирование опыта зарубежных промышленных компаний для казахстанских предприятий, направленного на обеспечение понимания текущих тенденций развития политики декарбонизации в мире.

Таким образом, при достижении всех вышеуказанных задач в общественно-информационном пространстве будут появляться все больше материалов об опыте промышленных компаний РК во внедрении мероприятий в области декарбонизации, основанных в результате практической реализации.

Текущая ситуация и уровень знаний вопросов декарбонизации на промышленных компаниях

Данный раздел национальной медиастратегии является основой для построения ключевых направлений национальной медиастратегии по декарбонизации для вовлечения и повышения осведомленности промышленных компаний.

Также необходимо отметить, что на основе текущего уровня знаний у специалистов промышленных компаний можно эффективно определить дальнейший план действий и необходимые информационные инструменты по подготовке и подаче информации в области декарбонизации.

Для определения текущей ситуации и уровня знаний по вопросам декарбонизации был проведен опрос среди наиболее крупных промышленных компаний (список компаний ранее был согласован с МЦЗТИП до проведения опроса).

В опросе приняли участие 28 компаний, среди которых больше половины или 59% ответили, что достаточно хорошо знают вопросы декарбонизации. На

следующем рисунке можно ознакомиться с текущим уровнем знаний в данном направлении.

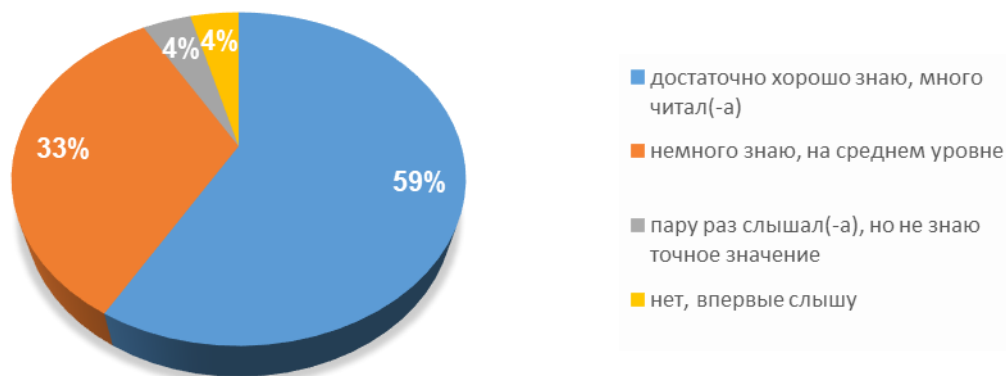


Рисунок 1. Текущий уровень знаний у промышленных компаний в области декарбонизации.

На вопрос «Занимается ли Ваше предприятие вопросами декарбонизации?» порядка 62% опрошенных ответили, что их предприятие занимается реализацией мероприятий по декарбонизации (результаты ответов на рис. 2).

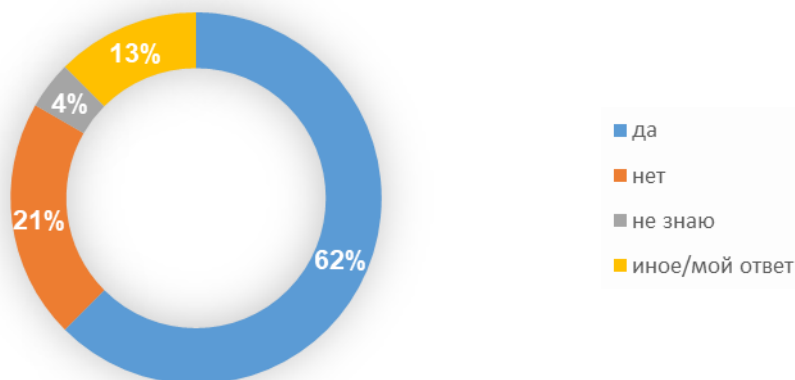


Рисунок 2. Уровень информированности сотрудников о внедрении на предприятиях мероприятий по декарбонизации.

На вышеуказанном рисунке категория ответов «Иное/мой ответ» означает о планировании или намерении промышленных компаний заниматься реализацией политики декарбонизации.

Большинство участников опроса считают, что важным шагом для масштабного внедрения технологий по декарбонизации на промышленных предприятиях являются – внедрение достаточно эффективных и инновационных технологий, наличие ответственных и квалифицированных сотрудников на предприятиях, наличие финансирования для реализаций мероприятий по декарбонизации и создание системы мониторинга по реализации мероприятий.

Мнения представителей промышленных предприятий по данному аспекту можно увидеть на рис. 3

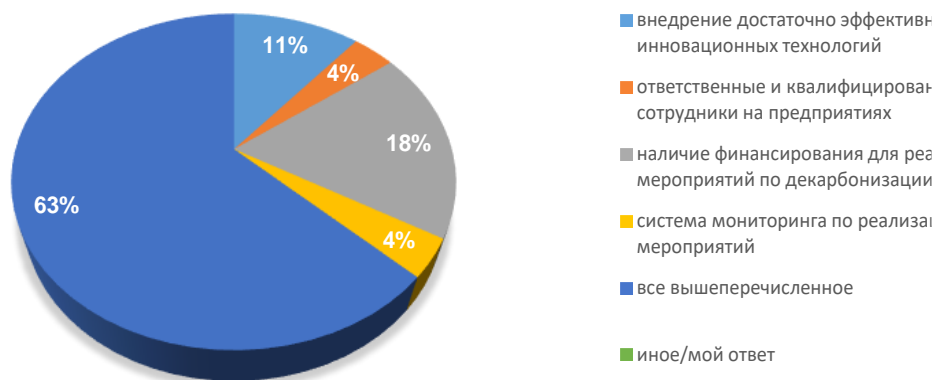


Рисунок 3. Важные шаги для масштабного внедрения технологий по декарбонизации на промышленных предприятиях.

В части определения уровня текущих знаний в области зеленого финансирования, 54% опрошенных ответили, что знакомы с данными вопросами только на уровне терминологии и названий организаций (рис. 4).



Рисунок 4. Уровень знаний в области зеленого финансирования.

Поэтому, в дальнейшем при реализации национальной медиа-стратегии большое внимание следует уделить вопросам информирования по привлечению зеленых финансов для внедрения технологий декарбонизации, в том числе существующие инструменты ЗКФ.

Результаты проведенного опроса среди промышленных компаний показывают о текущем уровне знаний базовых вопросов в области декарбонизации и дальнейших основных направлений национальной медиа-стратегии, т.е. куда необходимо направить основное внимание.

Кроме того, в ходе подготовки национальной медиа-стратегии был проведен анализ открытых источников (официальных сайтов) 50-ти наиболее крупных промышленных компаний.

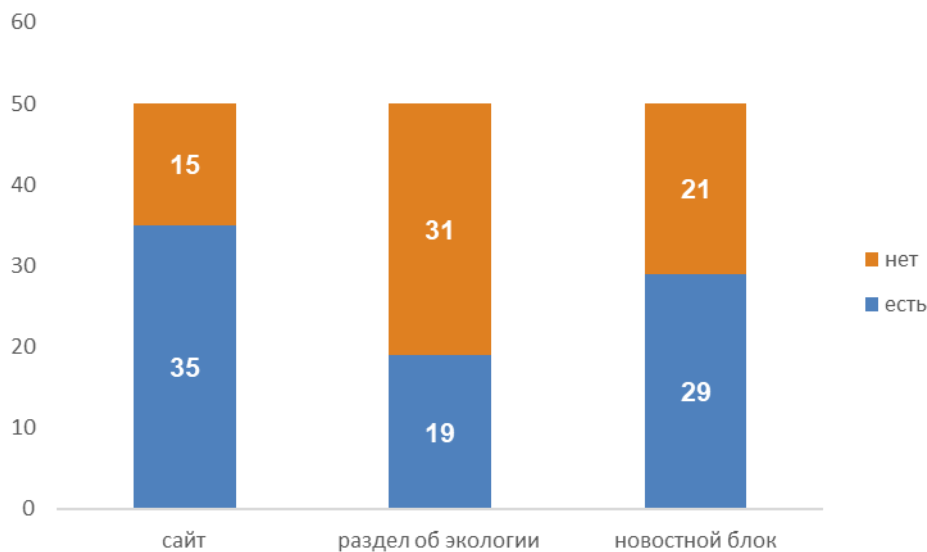


Рисунок 5. Результаты анализа открытых источников (официальных сайтов) промышленных компаний.

Согласно рис. 5 среди 50-ти наиболее крупных промышленных компаний:

- только у 35-ти компаний имеется свой сайт;
- среди 35-ти компаний у кого имеется свой сайт:
 - только у 19-ти компаний существует раздел об экологии;
 - у 6-ти компаний отсутствует новостной блок.

Данные по результатам проведенного анализа показывают, что даже у крупных промышленных компаний отсутствуют свои сайты. Более того, при наличии своих сайтов не все компании уделяют внимание вопросам подготовки и тиражирования материалов по охране окружающей среды, в том числе применения технологий декарбонизации. Скорее всего, данная ситуация изменится в положительную сторону при реализации национальной медиа-стратегии по декарбонизации промышленности.

Основные термины и аспекты для обеспечения понимания по вопросам декарбонизации

Данный раздел национальной медиа-стратегии направлен на повышение базовой информированности среди заинтересованных сторон в вопросах декарбонизации.

Информация подготовлена с учетом результатов проведенного опроса среди промышленных компаний.

Первые шаги в области декарбонизации

В начале XXI века возможная угроза глобального изменения климата, вызванного деятельностью человека, становится очевидной. Из-за стремительного роста доказательств в пользу глобального потепления, Шестой оценочный доклад Межправительственной группы экспертов по изменению климата был назван «красным кодом для человечества».

В докладе подчеркивается, что для достижения основной цели Парижского соглашения – удержания роста глобальной температуры в приземном слое атмосферы на уровне 1,5°C по отношению к доиндустриальному периоду – трансформационный переход экономик мира на путь низко-углеродного развития необходимо начинать уже сегодня, интегрируя вопросы изменения климата в устойчивое развитие национальных экономик.

Последние годы слова «декарбонизация», «низкоуглеродное развитие», «углеродная нейтральность» все чаще можно услышать не только во время научных конференций, но и от политиков, чиновников и бизнесменов.

Многие страны, национальные и транснациональные компании/корпорации взяли на себя обязательство достичь углеродной нейтральности к 2050 году. Достижение поставленной цели возможно лишь при быстрой декарбонизации ключевых секторов экономики и обеспечении достаточного уровня поглощения углекислого газа из атмосферы.

Правительства и бизнес ставят перед собой цели по декарбонизации немислимые еще три-четыре года назад. В рамках компании ООН «Гонка к нулевому уровню» 11 309 негосударственных субъектов, включая 8 307 компаний, 595 финансовых учреждений, 1 136 городов, 52 штата и региона, 1 125 учебных заведений и 65 учреждений здравоохранения (по состоянию на сентябрь 2022 г.), взяли на себя обязательства по углеродной нейтральности. По состоянию на май 2021 г. более 120 стран, 800 городов, 100 регионов, 2300 компаний объявили о своих целях по достижению чистых нулевых выбросов – общего баланса между производимыми выбросами парниковых газов и удалением углерода из атмосферы.

Из года в год увеличивается количество организаций, утверждающих, что они являются углеродно-нейтральными. Они признают, что углеродно-нейтральный баланс может играть ключевую роль в их стратегиях устойчивого развития, и корпоративной и социальной ответственности, позволяя им внести свой вклад в борьбу с глобальным изменением климата. Компании также понимают, что частные лица и корпоративные клиенты предпочитают покупать товары и услуги у поставщиков, заботящихся об окружающей среде.

При этом нельзя исключить вероятность, что для ряда компаний переход к углеродной нейтральности может ослабить их экономическое развитие. В значительной степени это связано со степенью их готовности грамотно выстроить стратегию перехода к низкоуглеродному развитию. Достаточно много компаний плохо подготовлены к новому виду деятельности, так как они

не располагают необходимым объемом данных и аналитическими инструментами для принятия обоснованных решений.

Парижское соглашение

Парижское соглашение было принято на 21 Конференции Сторон Рамочной Конвенции ООН об изменении климата (РКИК ООН) в Париже. Документ вступил в силу 4 ноября 2016 года. В настоящий момент к Парижскому соглашению присоединились 189 стран. Главное отличие данного договора РКИК ООН состоит в том, что документ не делит мир на две группы: страны с климатическими обязательствами и страны без климатических обязательств, как это было в Киотском протоколе.

Парижское соглашение направлено на «существенное сокращение глобальных выбросов парниковых газов (ПГ) и ограничение повышения глобальной температуры в этом столетии до 20°C при одновременном поиске средств до ограничения роста на уровне 1,5°C. Для достижения цели необходимо максимально скоро пройти пик глобальных выбросов ПГ, чтобы к середине 21-го века построить климатически нейтральный мир.

Документ предусматривает принятие Сторонами Соглашения добровольных обязательств/планов/программ по сокращению выбросов ПГ, в терминологии Парижского соглашения, определенных на национальном уровне вкладов. Данный инструмент также предполагает включение информации о намеченных действиях по устойчивому развитию с целью адаптации к меняющемуся климату.

Страны, нуждающиеся в финансовой и технологической поддержке, а также наращивании потенциала для выполнения своих обязательств могут рассчитывать на международную помощь. В первую очередь помощь будет оказываться наиболее бедным странам через финансирование мер по адаптации к изменению климата и переходу возобновляемым источникам энергии.

В статье Генерального секретаря ООН Антониу Гутерриша, опубликованной накануне 5-ой годовщины Парижского соглашения, говорится, что данное соглашение породило движение за углеродную нейтральность. К концу 2022 года обязательства по обеспечению нулевого баланса выбросов к 2050 году взяли на себя страны, на долю которых приходится порядка 70 процентов мировой экономики.

Ученые полагают, что для борьбы со стремительным потеплением на планете правительства всех стран должны сокращать добычу угля, нефти и газа в среднем на шесть процентов в год. Но, к сожалению, как отметил г-н Гутерриш, многие страны планируют наращивать производство ископаемого топлива в среднем примерно на два процента ежегодно.

Генеральный секретарь ООН призывает отказаться от таких планов и после пандемии общими усилиями противостоять изменению климата с помощью новых подходов к развитию. Он предлагает действовать на трех направлениях:

- К 2050 году сформировать подлинно глобальную коалицию за углеродную нейтральность;
- Привести международную финансовую систему в соответствие с Парижским соглашением;
- Найти инновационные решения по адаптации к последствиям изменения климата

Многие страны, присоединившиеся к Парижскому соглашению, либо уже создали системы торговли углеродными выбросами, либо планируют сделать это в ближайшем будущем. Растет количество стран, устанавливающих целевые показатели для доли в национальном энергобалансе возобновляемых источников энергии или низкоуглеродных видов топлива.

Таким образом, на уровне государственного регулирования постепенно формируются разнообразные стимулы для декарбонизации. Сокращение выбросов ПГ становится важной задачей не только для правительств, но и для бизнеса во всех секторах экономики.

Формирование понимания по вопросам декарбонизации

Декарбонизация – это процесс сокращения количества углерода, главным образом двуокиси углерода (CO_2) и метана, выбрасываемых в атмосферу. Главная задача декарбонизации – переход к глобальной низко-углеродной экономике, что позволит достичь цели Парижского соглашения.

Иными словами, под декарбонизацией подразумеваются действия государств, корпораций, компаний и т.д. по сокращению своего углеродного следа, в первую очередь выбросов парниковых газов. Очень часто эти действия понимаются, как часть более широкой повестки по «озеленению» или еще более широкой повестки по продвижению принципов ESG, требующей радикальных изменений производственных процессов и инвестиций. Процесс декарбонизации подразумевает сокращение выбросов всех парниковых газов (двуокись углерода, метан, закись азота, гексафторид серы, трифторид азота, перфторуглероды и гидрофторуглероды).

Декарбонизация играет ключевую роль в глобальной гонке по достижению углеродной нейтральности в рамках реализации Парижского соглашения. Следует отметить, что осуществляемые в настоящее время политика и меры по декарбонизации явно не достаточны, так как средний глобальный уровень концентраций CO_2 в атмосфере постоянно растет, достигнув нового максимума в 2021 году. Мир продолжает производить углерод намного быстрее, чем природа может его поглотить, что приводит к быстрому нагреванию Земли за счет парникового эффекта.

С макроэкономической точки зрения декарбонизацию можно рассматривать как процесс, который может включать четыре основных составляющих: переход на низкоуглеродные/ другие виды топлива, энергоэффективность, электрификация, и поглощение углерода. Т.е. декарбонизация сектора,

компания, предприятия и т.д. может происходить по двум основным направлениям:

- Сокращение антропогенных выбросов ПГ;
- Увеличение углеродных стоков и захоронение углерода.

Основными источниками выбросов парниковых газов являются энергетика, промышленность, транспорт, здания, сельское хозяйство. При разработке планов/программ по декарбонизации наибольшее внимание следует уделить сокращению выбросов ПГ, связанных со сжиганием ископаемого топлива.

Переход от использования таких видов топлива, как уголь, природный газ или нефть, к безуглеродным и возобновляемым источникам энергии должен происходить как можно быстрее. Важную роль в процессе декарбонизации отводится мерам по энергоэффективности и электрификации, как можно большего количества секторов. Следует отметить, что снижение спроса на энергию в результате повышения энергоэффективности будет компенсироваться ростом электрификации. Ожидается, что к 2050 году спрос на электроэнергию может удвоиться по сравнению с сегодняшним.

Вторым, не менее важным аспектом декарбонизации является увеличение углеродных стоков за счет посадки деревьев, сохранения пастбищ, улучшения практик по земледелию и ведению лесного хозяйства, а также захоронение выбросов двуокси углерода.

Основные подходы и направления по технологиям в области декарбонизации

Декарбонизация включает в себя разнообразные подходы и направления, направленные на снижение выбросов ПГ. Вот некоторые из основных подходов и направлений декарбонизации в компаниях:

- **Использование чистых источников энергии:** Переход от ископаемых видов топлива (уголь, нефть, газ) к низко-углеродным источникам энергии, таким как солнечная, ветровая, гидроэнергия и ядерная энергия.
- **Энергоэффективность:** Внедрение технологий и методов, которые позволяют снизить потребление энергии и улучшить энергоэффективность производственных и технологических процессов.
- **Электрификация:** Замена традиционных источников электроэнергии на электричество в различных отраслях, включая транспорт, производство и отопление.
- **Управление отходами:** Разработка методов переработки и утилизации отходов с целью снижения выбросов метана (парникового газа) на свалках.
- **Устойчивое снабжение:** Разработка стратегий для обеспечения компаний экологически и социально ответственными поставщиками и материалами.

- **Инновации и технологические решения:** Разработка новых технологий, которые позволяют снижать выбросы ПГ в различных сферах, от производства до транспорта.
- **Улавливание и поглощение выбросов CO₂:** Использование технологий для улавливания и поглощения CO₂ из атмосферы

В зависимости от конкретной отрасли, компании могут выбирать сочетание этих подходов и дополнять их с учетом своих целей, возможностей и ограничений.

Зеленое финансирование для мероприятий по декарбонизации, в том числе инструменты ЗКФ

Климатическое и углеродное финансирование являются составными частями более общего понятия – «зеленого» финансирования. Под климатическим финансированием подразумевают национальные и международные финансовые потоки из государственных, частных и альтернативных источников, направленные на поддержку действий по митигации (сокращение выбросов и увеличение поглощения ПГ) и адаптации. Углеродное финансирование относят к операциям, связанным с торговлей выбросами ПГ, углеродными налогами.

Впервые идея климатического финансирования была озвучена в рамках РКИК ООН. В соответствии с «общей, но дифференцированной ответственностью» (статья 3.1) индустриальные страны (Приложение 2 к РКИК ООН) обязаны оказывать финансовую помощь развивающимся странам. В 2009 году на 15 Конференции Сторон РКИК ООН был определен общий объем финансирования, передаваемый развивающимся странам – 100 млрд долларов США в год. Далее это обязательство было включено в Парижское соглашение (2015 год).

В настоящее время финансовыми механизмами РКИК ООН является Глобальный экологический фонд (ГЭФ) и Зеленый климатический фонд (ЗКФ). Кроме того, при РКИК ООН были образованы Специальный фонд для борьбы с изменением климата, Фонд для наименее развитых стран, а также Адаптационный фонд.

Глобальный экологический фонд – создан в 1991 году как партнерство между Всемирным банком, ЮНЕП и ПРООН. Занимается вопросами изменения климата, опустынивания, биоразнообразия и т.д. В период с 1991 года по 2014 год ГЭФ предоставил гранты на сумму 13,5 млрд долларов США и привлек 65 млрд долларов США в качестве софинансирования для проектов в развивающихся странах.

Зеленый климатический фонд (ЗКФ), учрежденный в 2011 году РКИК ООН, является наиболее важным провайдером климатического финансирования в мире. Из средств фонда финансируются проекты/программы по митигации (сокращение выбросов и увеличение поглощения ПГ) и адаптации. 100 млрд долларов США, которые развитые страны обязаны ежегодно выделять для

борьбы с изменением климата в развивающихся странах в соответствии с Парижским соглашением, будут передаваться в ЗКФ. По состоянию на август 2022 г взносы развитых стран в Фонд составили 10,8 млрд долларов США.

ЗКФ фокусируется на инвестировании в следующих стратегических направлениях:

- выработка энергии и обеспечение доступа к ней;
- транспорт;
- здания, города;
- промышленность и оборудование;
- лесопользование и землепользование;
- здоровье, продовольственная и водная безопасность;
- средства к существованию населения и общин;
- экосистемы и экосистемные услуги;
- инфраструктура и окружающая среда в населенных пунктах.

Механизм прямого доступа Фонда позволяет национальным организациям получать финансирование напрямую, а не только через международных посредников. При ЗКФ создан также специальный Фонд частного сектора (PSF), целью которого является поощрение частных инвестиций в проекты по митигации и адаптации.

В зависимости от совокупного бюджета проектов, различают 4 категории проектов: сверхмалые и микро (XS-Micro) - 0-10 млн долл. США; S-малые - 10-50 млн долл. США; M-средние - 50-250 млн долл. США; L-крупные - свыше 250 млн долл. США.

Часть своих средств ЗКФ использует для мобилизации финансовых потоков из частного сектора в привлекательные и прибыльные инвестиционные возможности с учетом климата. Свою финансовую поддержку ЗКФ структурирует за счет гибкого сочетания грантов, льготного долга, гарантий или долевого инструментов, чтобы использовать смешанное финансирование и привлекать частные инвестиции для борьбы с изменением климата в развивающихся странах. Эта гибкость позволяет Фонду создавать новые финансовые структуры для поддержки создания «зеленого» рынка.

Существует ряд экономических и финансовых инструментов, которые могут быть использованы частными и государственными инвесторами для поддержки проектов по митигации и адаптации. Можно выделить пять основных категорий таких инструментов:

- Финансовые стимулы: механизмы повышения доходов, такие как льготные тарифы и субсидии, реализуемые сертификаты, налоговые льготы, субсидии на экологически чистую энергию и т. д.

- Управление рисками: гарантии, снижающие риски, связанные с инвестициями в низкоуглеродные проекты/программы.
- Гранты: денежные переводы и неденежная поддержка товаров и услуг.
- Льготный заем: финансирование на лучших условиях, чем на рынке, таких как более низкие процентные ставки и более длительные сроки кредита.

Проекты по митигации часто финансируются за счет сочетания долевого и кредитных инструментов, а также поддерживаются за счет сочетания политических стимулов. Проекты по адаптации часто поддерживаются грантами и недорогими кредитами.

Ключевые направления национальной медиа-стратегии

Ключевые направления национальной медиа-стратегии по декарбонизации для вовлечения и повышения осведомленности промышленных компаний подготовлены на основе анализа текущего уровня знаний специалистов промышленных предприятий Казахстана.

В следующей таблице приведена информация по предлагаемым направлениям национальной медиа-стратегии, а также краткое пояснение по направлениям и основные шаги по их реализации.

Таблица 1. Направления национальной медиа-стратегии.

№	Направления	Краткое пояснение	Основные шаги
1	Информационное сопровождение политики декарбонизации	Данное направление предполагает различные форматы мероприятий/контента и их практичность по информированию целевых групп в вопросах декарбонизации промышленности	Описание основных направлений по информированию и их целевых групп по каждому блоку

2	Методологическая поддержка в продвижении вопросов декарбонизации	Методологическая поддержка описывает перечень инструментариев в виде ключевых тем с пояснениями для подготовки и распространения материалов по вопросам декарбонизации в промышленности	База (ключевые темы) для подготовки материалов
3	Обучение и регулярное повышение навыков ответственных специалистов по вопросам декарбонизации	Важным направлением в реализации национальной медиа-стратегии считается регулярное проведение обучающих мероприятий с целью предоставления актуальной информации в области декарбонизации промышленности, в т.ч. существующих возможностей зеленого финансирования ЗКФ, а также вопросы аккредитации в ЗКФ	Организация и проведение регулярных семинаров и тренингов, в т.ч. в регионах
4	Стимулирование и поощрение лидеров в области продвижения политики декарбонизации	В рамках национальной медиа-стратегии предлагается рассмотреть возможность внедрения различных элементов поощрения специалистов промышленных	Проведение различных конкурсов и зеленых рейтингов среди медиа-специалистов компаний

		предприятий, которые выпускают хорошие материалы о внедрении технологий декарбонизации для дальнейшего стимулирования у других компаний	
5	Мониторинг результатов и постоянное совершенствование медиа-политики по вопросам декарбонизации	В ходе реализации национальной медиа-стратегии рекомендуется проводить промежуточный мониторинг достижения результатов и при необходимости проводить актуализацию медиа-стратегии с учетом тенденций в области декарбонизаций в мире	Ежегодный мониторинг информированности компаний путем анализа и проведения опросов

Для реализации вышеуказанных направлений национальной медиа-стратегии подготовлен план-действий по контентной части (Таблица 2).

Целевая аудитория и каналы распространения информации

Основная целевая аудитория, которая будет пользоваться национальной медиа-стратегией состоит из двух групп:

- Первая группа – это ответственные сотрудники промышленных компаний по вопросам медиа (пресс-секретари, пиар-специалисты и т.д.);
- Вторая группа – это специалисты различных информационных агентств, порталов и медиа-каналов, занимающиеся опубликованием материалы в области экологии, изменения климата и устойчивого развития.

Необходимо отметить, что исходя из навыков и компетенции вышеуказанных групп зависит качество информационного материала и уровень повышения заинтересованности у аудитории к вопросам декарбонизации. Также важно правильно использовать каналы распространения информации.

Ранее проведенный опрос у промышленных компаний показал, что большее предпочтения в использовании или получении необходимой информации участники опроса уделяют онлайн-информационным платформам (49% опрошенных) и социальным сетям (38% опрошенных). С данным результатами можно ознакомиться на рис. 6.

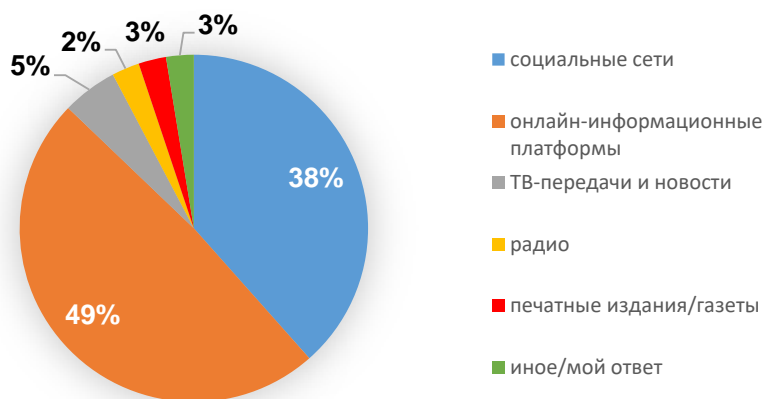


Рисунок 6. Результаты опроса по предпочтениям в каналах получения информации.

В части активности в социальных сетях, 41% опрошенных ответили, что тратят около часа в день (рис. 7).

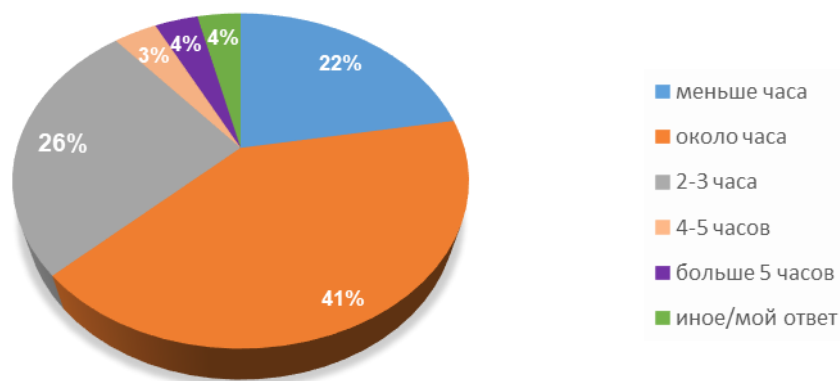


Рисунок 7. Активность в социальных сетях.

Распределение мнения по интересам к традиционным средствам массовой информации можно увидеть на рис. 8.

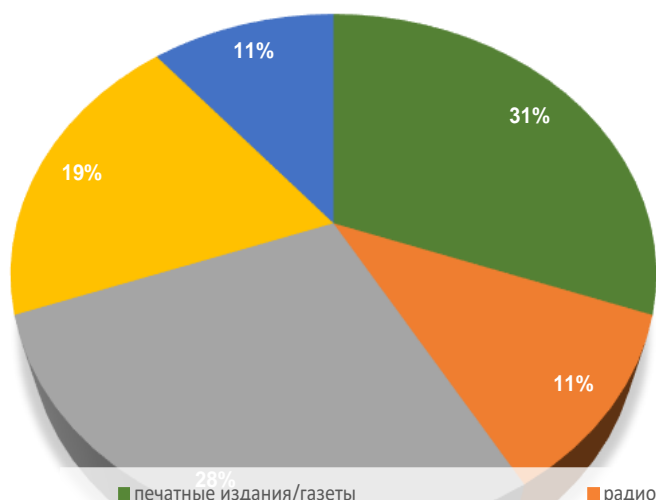


Рисунок 8. Интерес к традиционным средствам массовой информации.

Как показывают данные, на первом месте – печатные издания/газеты, на втором месте – ТВ передачи. Эти две позиции являются большинством голосов (59%), поэтому в дальнейшем также следует учитывать данные инструменты распространения информации среди традиционных видов коммуникаций.

Кроме того, на вопрос «Где Вы бы хотели больше получать информацию о декарбонизации?» больше всего участники опроса выразили желание получать информацию в онлайн-информационных порталах (44%), с небольшим отставанием идут социальные сети (37%). Распределение предпочтений указано на рис. 9.

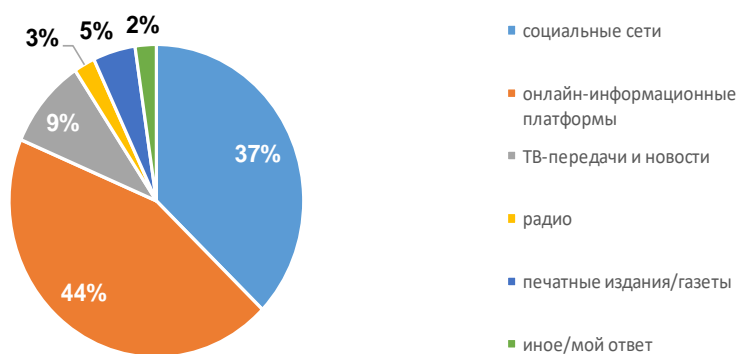


Рисунок 9. Результаты опроса по предпочтениям в каналах получения информации.

В части предпочтения в существующих онлайн-платформах по контенту, оформлению и оперативности новостей участники опроса отметили среди

онлайн-платформ – zakon.kz, tengrinews и Казинформ, среди социальных сетей – инстаграм и фейсбук. А также были отмечены телеграм-каналы и YouTube.

Таким образом, для эффективной подачи информации по вопросам декарбонизации основными каналами распространения информации необходимо рассмотреть социальные сети и информационные порталы.

Учебный материал для использования в ходе изучения вопросов декарбонизации промышленности

Цель учебного материала: формирование понимания заинтересованных сторон о важности декарбонизации промышленности в Казахстане, а также повышение информированности о ключевых источниках выбросов парниковых газов в промышленном секторе.

В результате изучения учебного материала участники будут способны:

- Понимать базовые аспекты декарбонизации в промышленном секторе.
- Выявить основные источники выбросов парниковых газов в промышленности Казахстана.
- Оценить и интерпретировать целевые индикаторы и показатели декарбонизации в отрасли.
- Определить наиболее значимые климатические риски для компаний в данном секторе.
- Анализировать и сравнивать различные мероприятия и технологические решения для декарбонизации в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Организационные формы учебного материала:

- Лекции: Представление информации о декарбонизации, источниках выбросов и целевых показателях.
- Групповые дискуссии: Обсуждение климатических рисков и их приоритизации для компаний в секторе.
- Кейс-стади и примеры: Анализ успешных практик компаний, реализующих декарбонизационные проекты.
- Интерактивные опросы: Оценка понимания и готовности участников к внедрению декарбонизации.

Содержание учебного материала:

Информационно-теоретическая часть:

1. Введение в декарбонизацию: Значение снижения выбросов парниковых газов в контексте изменения климата и устойчивости промышленных отраслей.

2. Основные источники выбросов: Обзор этапов добычи, обработки и транспортировки, влияющих на уровень углеродных выбросов.
3. Целевые индикаторы и показатели: Представление показателей декарбонизации, методов измерения и их важности для отслеживания успеха.

Практическая часть:

1. Оценка климатических рисков: Работа в группах для идентификации и приоритизации наиболее значимых климатических рисков для компаний в промышленном секторе.
2. Анализ мероприятий и технологий: Обсуждение и сравнение различных технологических и стратегических решений для снижения выбросов в краткосрочной и долгосрочной перспективе.
3. Разработка планов декарбонизации: Создание практических планов действий для внедрения мероприятий и технологий в компаниях, учитывая климатические риски и уникальные характеристики.

Для детализации содержания учебного материала нужно акцентировать следующие ключевые аспекты.

1) Проведение базовой лекции на тему «Понятие декарбонизации и климатические вызовы в промышленности».

Лекция будет представлять актуальные данные о влиянии промышленного сектора на климат и парниковые газы. Участники узнают о главных источниках выбросов, связанных с различными этапами производства, а также о климатических рисках, которые могут повлиять на стабильность бизнеса.

Часть 1: Введение в декарбонизацию и её значение

- Определение декарбонизации: Объяснение понятия декарбонизации как процесса снижения выбросов парниковых газов (в основном углекислого газа) для смягчения изменения климата и достижения устойчивого развития.
- Значение декарбонизации в промышленном секторе: Обсуждение роли промышленности в изменении климата, основных источников выбросов парниковых газов, и неотложности необходимости действий.

Часть 2: Климатические вызовы и их воздействие на отрасль

- Основные климатические вызовы: Обзор ключевых климатических вызовов, стоящих перед промышленностью, включая изменение погодных условий, экологические ограничения и нестабильность ресурсов.
- Примеры компаний и проблем: Изложение реальных примеров компаний, столкнувшихся с климатическими вызовами.

Часть 3: Цели декарбонизации в промышленном секторе

- **Ключевые цели декарбонизации:** Обсуждение основных целей декарбонизации для секторов промышленности, таких как снижение энергопотребления, переход к чистым энергиям и оптимизация процессов.
- **Примеры успешных целей декарбонизации:** Представление примеров компаний, которые успешно установили и достигли своих целей декарбонизации, включая снижение выбросов и повышение эффективности.

Часть 4: Источники финансирования декарбонизации

- **Инвестиции и финансирование:** Рассмотрение различных источников финансирования для внедрения мер декарбонизации, включая собственные инвестиции, государственные поддержки, субсидии и частные инвесторы.
- **Зелёные облигации и стандарты:** Обзор понятия «зелёных облигаций» и других механизмов финансирования, ориентированных на экологически устойчивые проекты. Упоминание о стандартах и сертификациях для подтверждения декарбонизационных усилий.

2) Организация групповой работы «Определение климатических рисков и их приоритизация».

Групповая работа «Определение климатических рисков и их приоритизация» является важной частью учебного модуля по декарбонизации промышленности. Её цель – содействие анализу и пониманию наиболее существенных климатических рисков, с которыми сталкивается данная отрасль, а также выработка стратегии приоритетных действий для их минимизации. В рамках этой групповой работы будут рассмотрены следующие этапы и вопросы:

Этап 1: Идентификация Климатических Рисков

В этом этапе участники должны определить широкий спектр возможных климатических рисков, которые могут повлиять на промышленность Казахстана. Это может включать в себя:

- **Изменение погодных условий:** Какие экстремальные погодные события (наводнения, засухи) могут повлиять на операции и инфраструктуру?
- **Изменение доступности водных ресурсов:** Как изменения в уровне воды и доступности водных ресурсов могут сказаться на промышленных процессы?
- **Экологические ограничения:** Как изменения в экологических нормативах и законодательстве могут повлиять на промышленную деятельность?
- **Сдвиги в спросе на ресурсы:** Как изменения в мировой экономике и потребительском спросе могут влиять на рынок вашей продукции?

Этап 2: Оценка Значимости Рисков

После идентификации рисков, участники должны оценить их значимость с точки зрения влияния на бизнес и экологию. Вопросы для обсуждения могут включать:

- Какова вероятность наступления каждого из рисков?
- Какие могут быть потенциальные последствия для операций, безопасности и репутации компании?
- Какие из рисков могут иметь наибольшее воздействие на выбросы парниковых газов?
- Какие риски являются долгосрочными, а какие могут проявиться в ближайшие годы?

Этап 3: Приоритизация Рисков и Разработка Стратегии

На этом этапе участники выбирают наиболее значимые и вероятные риски и определяют приоритетные меры для их управления. Вопросы для обсуждения:

- Какие из выявленных рисков следует считать наиболее критическими для компании?
- Какие действия и мероприятия могут уменьшить воздействие этих рисков на операции?
- Какие инновационные технологии и подходы могут помочь в минимизации данных рисков?
- Какова оптимальная последовательность и сроки внедрения этих мер?

Этап 4: Презентация и Обсуждение Результатов

Каждая группа представляет результаты своей работы, обсуждает их с другими участниками обучающего мероприятия и получает обратную связь. Это создает площадку для обмена идеями и лучших практик по управлению климатическими рисками в промышленности.

Групповая работа «Определение климатических рисков и их приоритизация» способствует более глубокому пониманию участниками того, какие климатические вызовы могут повлиять на их компании, и как разрабатывать наиболее эффективные стратегии для декарбонизации и устойчивого развития.

3) Проведение технической лекция на тему «Декарбонизация: технологии и пути к снижению выбросов».

Эта лекция предоставит углубленный обзор наиболее эффективных и применимых технологий для декарбонизации. Важное внимание должно быть уделено как краткосрочным мерам, так и долгосрочным стратегиям, которые помогут отрасли снизить свой углеродный след. Необходимо детально рассмотреть следующие технологические решения:

- Повышение энергоэффективности и модернизация производства
- Использование возобновляемых источников электроэнергии (ВИЭ)

Часть 1: Технологии для снижения выбросов

- Чистая энергия и эффективное использование энергии: Обзор роли чистых источников энергии (ветряные, солнечные, гидроэнергия) и эффективного использования энергии для снижения выбросов в процессах добычи и обработки.
- Полная электрификация тепловых нужд: переход с газа на электроэнергию ВИЭ
- Переход на устойчивые виды топлива (биотопливо или синтетическое топливо)
- Переход на альтернативные виды транспорта
- Улавливание и захоронение углерода: Представление методов захоронения углерода и использования процессов карбонатации для конвертации выбросов в минеральные формы.
- Технологии геологического хранения: Обзор возможностей геологического захоронения углекислого газа и технологий, используемых для безопасного хранения.

Часть 2: Инновационные подходы к декарбонизации

- Использование водорода: Обсуждение роли водорода как чистого энергетического носителя и его потенциала для замены углеводородных топлив.
- Технологии электролиза и использование обновляемой энергии: Рассмотрение технологий электролиза для производства водорода из воды с использованием возобновляемой энергии.
- Искусственный интеллект и автоматизация: Обзор того, как технологии искусственного интеллекта и автоматизации могут улучшить эффективность процессов добычи и обработки с минимизацией выбросов.

Часть 3: Применение технологий в реальности

- Примеры компаний: Представление практических примеров компаний в промышленности, успешно внедряющих технологии в области декарбонизации.
- Вызовы и преимущества: Рассмотрение трудностей, с которыми компании могут столкнуться при внедрении новых технологий, а также показание потенциальных экономических и экологических выгод.

Часть 4: Долгосрочная стратегия декарбонизации

- Интеграция и планирование: Обсуждение важности создания долгосрочных стратегий декарбонизации, включающих поэтапную интеграцию новых технологий и подходов.

- Сотрудничество и обмен опытом: Подчеркивание роли обмена опытом между компаниями, промышленными партнерами и государственными органами для успешной декарбонизации.

4) Итоговая дискуссия и план действий

Учебный материал завершается обсуждением результатов опроса и выработкой плана действий. Участники обмениваются идеями о том, какие шаги может предпринять каждая компания для улучшения своей экологической эффективности и долгосрочной устойчивости.

Этот учебный материал предоставляет участникам обширное представление о климатических вызовах, связанных с промышленностью. Он также позволяет участникам оценить текущую ситуацию в своих компаниях, обменяться опытом и создать базу знаний для принятия устойчивых решений в будущем.

Шаблоны презентаций для PR-специалистов по вопросам декарбонизации промышленности с целью применения в процессе коммуникации

Шаблоны презентаций подготовлены для дальнейшего использования PR-специалистами в своей работе при выступлении или обсуждении вопросов декарбонизации промышленности на различных информационных мероприятиях.

Необходимо отметить, что при разработке презентационных материалов были учтены результаты опроса промышленных компаний. В результате, были подготовлены шаблоны презентаций по следующим темам:

- Презентация №1 «Декарбонизация в нефтегазовой промышленности»;
- Презентация №2 «Достижение декарбонизации в горнодобывающей промышленности»;
- Презентация №3 «Основы декарбонизации химической промышленности»;
- Презентация №4 «Реализация политики декарбонизации в металлургической промышленности».

Со всеми презентациями можно ознакомиться и скачать их по следующей ссылке: <https://cloud.mail.ru/public/3CW8/aaHnSuUMU>

Ожидаемые результаты

В результате реализации национальной медиа-стратегии можно определить следующие ожидаемые результаты:

- Увеличение контента на информационных ресурсах по тематике декарбонизации промышленного сектора Казахстана;

- Повышение информированности сотрудников в области медиа в промышленных компаниях по вопросам декарбонизации;
- Появление различных новых подходов и видения у медиа-специалистов в распространении информации в области декарбонизации;
- Формирование у промышленных компаний собственной медиа-стратегии или планов по освещению результатов внедрения мероприятий по декарбонизации.

Таким образом, появление национальной медиа-стратегии придаст дополнительный импульс в продвижении политики декарбонизации в нашей стране.

План действий по реализациям национальной медиа-стратегии

Для достижения вышеуказанных результатов подготовлен следующий предварительный план действий по реализации национальной медиа-стратегии в области декарбонизации (Таблица 2).

При формировании плана также были учтены рекомендации участников опроса среди промышленных компаний.

Таблица 2. План действий по контентной части национальной медиа-стратегии

№	Мероприятие	Форма завершения	Срок выполнения	Ответственные
1	Подготовка и распространение пресс-релиза о разработанной медиастратегии по декарбонизации	Пресс-релиз		
2	Размещение на официальных интернет-ресурсах и направление промышленным компаниям для использования в дальнейшей работе	Размещение на официальных интернет-ресурсах		
3	Определение ответственных сотрудников в промышленных компаниях по вопросам медиа	Утверждение ответственного сотрудника		
4	Формирование собственной медиа-стратегии у промышленных компаний с учетом вопросов декарбонизации	Медиа-стратегии компаний		
5	Организация регулярных тренингов для сотрудников промышленных компаний по текущим аспектам и тенденциям развития политики декарбонизации (технологии, нормативная база, зеленое финансирование в ЗКФ и т.д.)	Тренинги		
6	Проведение регулярных тренингов и семинаров по вопросам декарбонизации для журналистов	Тренинги и семинары		
7	Подготовка ответственных и компетентных спикеров по вопросам декарбонизации на промышленных компаниях	Спикеры		

8	Широкое информирование и распространение тематики декарбонизации среди общества и населения промышленными компаниями	Информирование		
9	Проведение ежегодного конкурса среди промышленных компаний по поощрению лидеров по вопросам реализации мероприятий в области декарбонизации	Конкурс		
10	Проведение тематических конкурсов среди журналистов написание материала по вопросам декарбонизации для тиражирования среди широкой массы	Конкурс		
11	Организация пресс-туров на промышленные предприятия, где реализованы мероприятия в области декарбонизации	Пресс-тур		
12	Проведение в ВУЗах для будущих журналистов тематических лекций и презентаций по вопросам декарбонизации	Лекции в ВУЗах		
13	Разработка видео-материалов по вопросам декарбонизации для начинающих специалистов промышленных компаний	Видео-материалы		
14	Свод всех нормативных и стратегических документов, связанных с политикой декарбонизации и дальнейшее размещение на официальном интернет-ресурсе	Свод документов		

15	Создание ютуб-канала «Декарбонизация в Казахстане» и размещение различных видеоматериалов	Ютуб-канал		
16	Создание телеграмм-канала «Декарбонизация в Казахстане» и размещение различных информационных материалов	Телеграмм-канал		
17	Подготовка и распространение среди всех участников национальной медиа-стратегии брошюры «Зеленое финансирование ЗКФ и ее процедуры аккредитации»			
18	Мониторинг результатов достижения национальной медиа-стратегии	Информация		