नवभारत

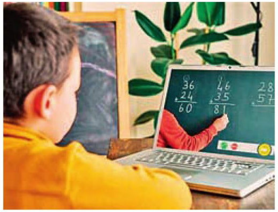
Wed, 11 Nov-20; Navbharat - Pune; Size : 143 sq.cm.; Circulation:-; Page : 4

राज्य शिक्षा विभाग के साथ साझेदारी

नवभारत न्यूज नेटवर्क

पुणे. 'वेस्ट नो मोर' के लान्च के लिए महाराष्ट्र सरकार के स्कूल शिक्षा विभाग के साथ एचयूएल और ज़ायन्टियो के नेतृत्व में इंडिया 2022 कोएलिशन ने एक वर्षीय पहल साझेदारी की है. यह पहल खासतौर पर महाराष्ट्र सरकार द्वारा विकसित दीक्षा ऐप के माध्यम से सार्वजनिक स्कूलों के छात्रों के लिए अपशिष्ट प्रबन्धन पर डिजिटल स्कूल पाठ्यक्रम पेश करेगी. इसपर विशाल सोलंकी, कमिश्नर, एजुकेशन, महाराष्ट्र राज्य ने कहा कि समुदाय में बच्चे पर्यावरण संरक्षण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं.

कोल्हापुर और नाशिक में संचालन



महाराष्ट्र सरकार अपशिष्ट प्रबन्धन एवं पृथक्करण के माध्यम से राज्य में स्वच्छता और सेनिटेशन के स्तर में सुधार लाने के लिए प्रतिबद्ध है. 'वेस्ट नो मोर' पहल के माध्यम से हम समुदाय के लोगों के व्यवहार में बदलाव लाना चाहते हैं, इस बदलाव के लिए बच्चों में अपार क्षमता है .यह प्रोग्राम को-डिज़ाइनिंग, बिल्डिंग एवं व्यवहारिक लर्निंग प्रोग्रामों में सक्रिय संगठन एकेडमी फार अर्थ सस्टेनेबिलिटी द्वारा एचयूएल और ज़ायन्टियो के सहयोग से तैयार किया गया है. 'वेस्ट नो मोर' पर आधारित इस पाठ्यक्रम में सेल्फ-लर्निंग मोड्यूल, रोचक इंटरैक्टिव कंटेंट तथा कार्टून एनिमेशन वीडियोज़ शामिल हैं जो छात्रों एवं अध्यापकों को पर्यावरण के प्रति जागरुक बनाते हैं.

83,940 व्यूज मिले

संजीव मेहता, चेयरमैन एवं मैनेजिंग डायरेक्टर,एचयूएल ने कहा कि हम पर्यावरण संरक्षण तथा प्लास्टिक प्रदूषण के खिलाफ़ भारत की लड़ाई में अपना योगदान देने के लिए प्रतिबद्ध हैं. हमारा मानना है कि बच्चे शक्तिशाली बदलावकर्ता हो सकते हैं, वे घर एवं समुदाय के लोगों के व्यवहार में बदलाव लाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकते हैं. ज़ायन्टियो और महाराष्ट्र सरकार के साथ हमारी साझेदारी इसी दिशा में एक प्रयास है जो समुदायों को पर्यावरण संरक्षण के बारे में जागरुक बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाएगी. इंडिया 2020 कोएलिशन के तहत, वेस्ट नो मोर पायलट परियोजना का संचालन कोल्हापुर और नाशिक में किया गया, जहां 1550 स्कूलों के 80,000 छात्रों को अपशिष्ट के निपटान एवं पृथक्करण पर जागरुक बनाया गया. हमने एमएससीईआरटी 'समर कैम्प' अभियान में भी हिस्सा लिया, जिसमें दीक्षा ऐप पर वेस्ट नो मोर कंटेंट को 83,940 से अधिक व्यूज मिले.