

СОЦИОЛОГИЯ МОЛОДЕЖИ

DOI: 10.14515/monitoring.2016.2.12

Правильная ссылка на статью:

Тарасова О. Н. Подростковая аудитория экологического просвещения // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 2. С. 193—207.

For citation:

Tarasova O. N. Teen audience of the environmental education // Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes. 2016. № 2. P. 193—207.

О. Н. Тарасова

ПОДРОСТКОВАЯ АУДИТОРИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ПРОСВЕЩЕНИЯ

ПОДРОСТКОВАЯ АУДИТОРИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ПРОСВЕЩЕНИЯ

TEEN AUDIENCE OF THE ENVIRONMENTAL EDUCATION

ТАРАСОВА Олеся Николаевна – аспирант кафедры социологии социальной сферы РГСУ.

TARASOVA Olesya Nikolaevna — Research Student, Sociology Department, Russian State Social University, Moscow, Russia.

*E-mail: tarasova.ol@list.ru
ORCID: 0000-001-5882-6874*

*E-mail: tarasova.ol@list.ru
ORCID: 0000-001-5882-6874*

Аннотация. На основе анализа результатов экспертных интервью рассматривается проблема организации экологического просвещения для подростковой аудитории. Констатируется недостаток внимания специалистов к подросткам как обособленной социально-демографической группе и низкая заинтересованность в экологической деятельности самих молодых людей. Определяются основные факторы недостаточного интереса подростков к экологии и ведущие направления привлечения молодых людей к экологической деятельности и выстраиванию эколого-ориентированной модели образа жизни.

Abstract. This paper is based on the analysis of the expert interviews results and deals with the teen environmental education. The authors' findings suggest that professionals do not pay enough attention to teens, and teens, in their turn, for the most part are not interested to know more about environmental activities. The paper describes the main factors of teenage insufficient interest in ecology and the basic ways to attract the attention of the young audience to environmentally friendly lifestyle.

Ключевые слова: экологическое просвещение, подростки, московский мегаполис, экологическое поведение, экологический образ жизни, экспертное интервью

Keywords: environmental education, teens, Moscow megalopolis, ecological living, environmentally friendly lifestyle, green lifestyle, environmental behavior, expert interview

Подростковый возраст, или раннее юношество¹, характеризуется активным процессом самосознания и самоопределения, в том числе профессионального. Формируется целеполагание, мировоззрение, общественная позиция, начинается преодоление ролевого моратория [Кон, 1989: 3]. Трансляция подросткам необходимых общественных ценностей создает возможность их динамического воспроизводства в ближайшем будущем. Не является исключением и экологическое просвещение², реализуемое в рамках курса на экологическую модернизацию.

Изменяющиеся условия социализации в современной городской среде способствуют выходу детей из постоянного взаимодействия со взрослыми. Еще два-три десятилетия назад ребенок развивался в условиях малого социума: семьи, класса, ближайшего окружения. А сегодня с дошкольного, младшего школьного возраста он находится в огромном открытом социальном пространстве, насыщенном хаотичным потоком информации, перекрывающим знания, получаемые от родителей, воспитателей и учителей [Фельдштейн, 2011: 10]. К традиционным агентам социализации (семье, школе, СМИ) эксперты уверенно добавляют Интернет, уровень развития которого позволяет школьнику удовлетворять в виртуальной реальности различные потребности: информационные, игровые, эстетические, социальные и личностные [Майорова-Щеглова, 2011: 16].

Социализация в условиях общества информатизации формируется новая модель образа жизни подростков, характеризующаяся тем, что все стороны жизни в значительной степени пронизываются информационными отношениями, базирующимися на современных информационных технологиях [Соколова, 1999: 145]. Результаты эксперимента, направленного на изучение современных аспектов коммуникации в подростковой среде, показывают, что общение со сверстниками остается в центре внимания подрастающего поколения, вместе с тем гаджеты становятся неотъемлемым артефактом образа жизни [Поливанова, 2015].

В. А. Ясвин отмечает, что рассматриваемый старший подростковый возраст — критический и педагогически наиболее сложный этап развития отношения к природной среде, доминирования объектного представления о природе и пика прагматизма по отношению к ней [Ясвин, 2004]. Происходит резкий спад природоохранной активности. В возрасте 16—17 лет уровень прагматического восприятия природы снижается, преобладают экологические установки эстетического типа,

¹ Здесь и далее подростковый возраст (раннее юношество) подразумевает интервал 14—17 лет, в соответствии с периодизацией В. А. Ясвина.

² Экологическое просвещение направлено на передачу знаний и навыков разумного общения с природой, совершенствование методов и способов конструктивного участия в охране природы и рациональном природопользовании [Андреев, 2009].

но отношение к природе и экологическим проблемам в этот период носит исключительно эмоциональный характер, не реализуясь в активной природоохранной деятельности.

Если судить по результатам опросов московских подростков, охрану природы они считают одной из основных своих обязанностей. «Сохранение природы» — наиболее частый ответ на вопрос: «Что сейчас самое главное для всех людей на Земле?» [Майорова-Щеглова, 2011: 16]. Тем не менее очевиден недостаток информации о том, насколько интенсивно декларируемые установки реализуются на практике. Поскольку высока вероятность получения социально желаемых ответов при общении непосредственно с аудиторией, стоит изучить мнения экспертов, занятых в работе с подростками.

Методология

Анализ строится на базе эмпирической информации, полученной методом структурированного экспертного интервью. Исследование проводилось с января по март 2015 г. Общее количество интервью — 22. Средняя продолжительность каждого — около 45 минут. Формирование выборочной совокупности экспертов происходило преимущественно методом снежного кома; определяющим критерием попадания в выборочную совокупность служила профессиональная деятельность в сфере экологического просвещения, развития экологической культуры и образа жизни подростков³. При отборе экспертов также учитывались географический принцип — административный округ, на жителей которого распространяется деятельность специалиста (были привлечены представители всех

³ **Эксперт 1:** Алпатова О. Б. — начальник отдела координации экологического образования управления особо охраняемых природных территорий Департамента природопользования и охраны окружающей среды г. Москвы. **Эксперт 2:** Волков В. В. — заместитель начальника отдела мониторинга, биоразнообразия и экологического образования дирекции по ЮЗАО и ЦАО ГПБУ «Мосприрода». **Эксперт 3:** Глиняная Л. — координатор экологического направления московского молодежного многофункционального центра (МММЦ). **Эксперт 4:** Жмайлов И. В. — заведующий сектором охраны и учета животных природных территорий «Москворецкий» ГПБУ «Мосприрода». **Эксперт 5:** Кандеева М. В. — начальник отдела экологического просвещения дирекции природных территорий ЗелАО ГПБУ «Мосприрода». **Эксперт 6:** Колотилина Л. Н. — руководитель экопросветительского центра «Заповедники». **Эксперт 7:** Кольовска А. — биолог, руководитель экологопросветительской площадки «Центр экономики ресурсов» и создатель организации «Коалиция «ПРО Отходы». **Эксперт 8:** Крылов А. И. — директор экоцентра «Воробьевы горы» ГПБУ «Мосприрода» Департамента природопользования и охраны окружающей среды г. Москвы. Доцент кафедры географического образования МИОО Департамента образования г. Москвы. **Эксперт 9:** Лапшина Т. И. — руководитель структурного подразделения экологического объединения «Атлант» Региональной молодежной общественной организации содействия деятельности и защиты интересов молодежи «Прогрессивная молодежь». **Эксперт 10:** Лещинская В. В. — руководитель проекта «Экокультура» Российской государственной библиотеки для молодежи. **Эксперт 11:** Лой Н. П. — д. б. н., социальный педагог ГБОУ СОШ № 1104, ЮЗАО г. Москвы. **Эксперт 12:** Лунева Т. В. — начальник отдела экологического просвещения дирекции природных территорий «Битцевский лес». **Эксперт 13:** Москаленко Ж. А. — учитель биологии и химии ГБОУ г. Москвы с углубленным изучением английского языка № 1273 ЮЗАО г. Москвы. **Эксперт 14:** Петрухина М. — сотрудник Гринпис России. Участник волонтерского проекта «Возродим наш лес». **Эксперт 15:** Савинова Т. В. — заместитель директора по воспитательной работе и учитель истории и обществознания гимназии имени Н. В. Пушкина г. Троицка. **Эксперт 16:** Серенкова Н. В. — главный специалист отдела экологического просвещения Бирюлевского дендропарка ГПБУ «Мосприрода». **Эксперт 17:** Титков А. С. — заведующий сектором учета и охраны животных дирекции природного исторического парка «Измайлово» Косинского ГПБУ «Мосприрода». **Эксперт 18:** Тимофеева О. Ю. — к. п. н., доцент, учитель географии и экологии, педагог дополнительного образования школы с углубленным изучением экологии № 446 г. Москвы. **Эксперт 19:** Титков М. А. — руководитель детской общественной организации «Подрост» ГБОУ ЦО № 1048. **Эксперт 20:** Тунинский О. Л. — заместитель директора дирекции природных территорий «Кузьминки — Люблино» ГПБУ «Мосприрода». **Эксперт 21:** Хватова Г. В. — ведущий специалист отдела экологического просвещения дирекции природных территорий «Тушинский» и «Покровское Стрешнево» ГПБУ «Мосприрода». **Эксперт 22:** Чижова Ю. — директор экоцентра «Битцевский лес» ГПБУ «Мосприрода».

административных округов г. Москвы), и принцип максимальной вариации — разнообразии статусов представляемых интервьюируемых организаций.

Цель исследования — определить, каковы возможности информационно-коммуникационной среды московского мегаполиса для формирования экологического образа жизни подростков. Достижение цели исследования потребовало решения следующих задач: выявить степень ориентированности экологического просвещения в мегаполисе на подростков, а также степень интереса подростков к экологической деятельности; определить основные барьеры и потенциальные драйверы развития у подростков интереса к экологическому образу жизни; проанализировать предпринимаемые социальными агентами стратегии привлечения подростков к экологической деятельности.

Ориентация специалистов по экологическому просвещению на подростковую аудиторию

Эксперты единогласно отмечают сложность работы с подростковой аудиторией, необходимость постоянного поиска нового формата, отслеживания тенденций, анализа точек соприкосновения. Общаясь с подростками приходится задумываться над «новой упаковкой» прописных истин. Высокие трудозатраты на работу с подростками, по мнению некоторых экспертов, приводят к тому, что этой группой занимаются меньше, чем другими.

«Безусловно, нужно искать новые интересные формы работы. Конечно, проще работать с детским садом, когда вот такие глаза и все воспринимается на ура» (Эксперт № 1).

К наиболее заинтересованной аудитории эксперты относят детей до 14 лет и молодежь старше 18. Научно-познавательные лекции, праздники, кружки и мастер-классы чаще рассчитаны на детей 10—12 лет, молодежь 18+ более активно участвует в акциях по таким направлениям, как раздельный сбор мусора, вегетарианство, йога. Очевидно, первое подросткам уже не интересно, второе — не всегда доступно. В этой ситуации проявляется пограничное состояние молодых людей, находящихся в возрасте перехода из детства в самостоятельную взрослую жизнь. Для подростков такое промежуточное социальное положение усиливается особенностями переходного возраста, повышенной эмоциональностью, несовпадением высоких запросов и низких возможностей [Лисовский, 2000: 70]. А при отсутствии предложений, релевантных потребностям, интересам и ценностям подростков, экологическая деятельность часто остается за пределами их внимания.

«На фоне волны общего молодежного активизма и подростки подтягиваются, но, из-за того что эту группу не выделяют и прицельно с ней не работают, она считается самой сложной... Дошкольники, началка — вопросов нет, с ними всегда занимались. Эта группа проваливается» (Эксперт № 10).

«Сюда в основном приходят взрослые. Я уже говорила, что мы ориентированы в основном на взрослую аудиторию и на начальную школу, поэтому подростков, наверное, 5 % приходит» (Эксперт № 7).

Не ориентируются на подростковую аудиторию и производители экологической продукции: на рынке практически отсутствуют бренды, которые были бы коммуницированы молодым людям 14—17 лет. Экологичное потребление — неотъем-

лемый элемент экологического образа жизни⁴ — не востребовано на данный момент подростками и не ориентировано на них.

«Да, я могу купить тридцать разных видов йогурта, однако я куплю не только красивый и вкусный, но и еще в коробочке, которую потом сдам. И потрачу на изучение коробочек несколько минут. Это можно сделать интересным и классным для подростков, но нужен другой подход. Проблема подростков в том, что это им не интересно, либо производители и рекламщики не воспринимают подростков как свою аудиторию. Если бы они сделали подростковый бренд молодежной эко-косметики, может быть, все бы и пошло» (Эксперт № 14).

Сдержанны в агитации подростков и представители некоторых экологических организаций — в силу соблюдения закона об обращениях, этических правил, не позволяющих рассылать письма с предложениями о пожертвованиях несовершеннолетним гражданам, и ограничений, связанных с полноценным участием в деятельности организации. Активность, связанная с риском для здоровья, при реализации некоторых акций природоохранными организациями, с одной стороны, вносит значимый вклад в привлекательность имиджа этой организации, особенно для подростковой аудитории, с другой — ограничивает возможности участия самих подростков в деятельности такой организации.

«Наши пиарщики не рассматривают подростков как аудиторию. «Закон об обращениях» имеет в виду обращения граждан, достигших 18 лет. Есть и другие ограничения. Гринпис — некоммерческая организация, мы существуем на деньги сторонников. И когда человек подписывает петицию, он попадает в нашу базу, и мы можем предложить ему помочь нам деньгами. Мы бы не хотели, чтобы подростки получали такие письма. Это еще одна из причин, почему мы ограничиваем свои обращения к подросткам» (Эксперт № 14).

В силу внутренних и внешних факторов специалисты по экологическому просвещению рассматривают подростков как очень сложную аудиторию, требующую прицельного внимания и разработки индивидуальной программы, что не всегда реализуется. Тем не менее, анализируя динамику, все эксперты заявляют о расширении возможностей, предоставляемых подросткам для развития экологического образа жизни. Многообразие акторов, популяризирующих экологическую деятельность и привлекающих к ней, порождает плюрализм методов и форм экологического просвещения, которые могут соответствовать и интересам подросткового возраста.

Интерес подростков к участию в экологической деятельности

Эксперты, ежедневно работающие с аудиторией, отмечают сравнительно низкий интерес подростков к участию в экологической деятельности.

«Старшеклассники, к сожалению, не включились. Они побывали со специалистами на территории, несколько вылазок было, но чтобы заняться какой-то исследователь-

⁴ Концепции экологичного потребления пришли на смену традиционным представлениям о неразрешимом противоречии экономического развития и экологического благополучия. Принципы безопасного для окружающей среды потребления интегрированы в концептуальную модель устойчивого развития, принятую за основу для социально-экономической модернизации многими развитыми странами. В самом общем виде парадигма устойчивого развития подразумевает развитие, которое удовлетворяет потребности текущих поколений, не подрывая при этом способность будущих поколений удовлетворять их собственные нужды. World Commission on Environment and Development, *Our Common Future*. Oxford : Oxford University Press, 1987.

ской работой, защитить ее... Хотя мы предлагали разные темы. Разобрали те, что были доступны для младших ребят. Мы не знаем, может быть, у нас не получается, может быть, округ такой, может быть, преподаватели... У нас расказать старшеклассников очень сложно» (Эксперт № 5).

Анализ материалов интервью показал, что определить активность участия подростков в экологической деятельности методологически сложно, с точки зрения соотношения количества и качества, — если под качеством подразумевать систематичность и погруженность в работу, а в количественных показателях выражать число подростков, задействованных в мероприятиях. Существуют массовые мероприятия на два-три часа, не требующие особых усилий или дополнительной подготовки, а можно участвовать в научно-исследовательской деятельности, предполагающей систематическую работу совместно с учителем и, например, сотрудником особо охраняемой природной территории (далее ООПТ).

«В проценте от всех мероприятий, если брать конкурс учебных работ, этих конкурсов не так мало за весь год. Может быть, больше, чем других мероприятий. Но сколько в них участвует — 10—12 человек. А субботник — он может быть раз в год, но там будет 100 человек» (Эксперт № 4).

Такое разнообразие форм участия в экологической деятельности не позволяет делать однозначные выводы об эффективности работы социальных агентов экологического просвещения среди подростков в целом. Необходимо принципиальное разделение на углубленную и поверхностную работу, если рассматривать процесс с точки зрения организаторов мероприятий, или на вовлеченных и невовлеченных подростков, если фокусироваться на целевой аудитории.

Предпосылки низкого интереса подростков к экологической деятельности

Слабый интерес подростков к экологической деятельности, по мнению экспертов, обусловлен целым рядом факторов:

- социальных — совокупности требований, предъявляемых к подросткам обществом, в рамках актуальных для них социальных ролей и предоставляемых возможностей для развития интереса к экологическому образу жизни;
- социокультурных — передаваемых в результате трансмиссии культурных ценностей и паттернов поведения;
- социально-психологических — свойственных возрасту особенностей психологического состояния, выражающегося в отношении подростка к себе и окружающей среде — как социальной или культурной, так и природной.

К социальным факторам отнесены повышенные требования в школе к ученикам 8—11-х классов, связанные с необходимостью сдачи выпускных экзаменов, и отсутствие экологического воспитания в более раннем возрасте. Кроме того, многие эксперты считают, что база для развития экологического образа жизни должна закладываться в раннем детстве, в детском саду или младшей школе, и в 14—17 лет человек без этой базы заинтересоваться экологией не сможет.

«Любые школьники от первого до 9-го класса. 10-й, 11-й не ходит. Нет, у них подготовка к ЕГЭ, им не до этого» (Эксперт № 16).

«Подростка нужно сначала убедить, и вот здесь нужна преемственность экологического образования. Если он к этому готов, его не надо убеждать. С ним уже можно

работать. Тем, кому это не интересно, потерян предыдущий этап. Значит, на предыдущем этапе школьника не заинтересовали этим направлением, ему не рассказали о его важности» (Эксперт № 1).

В низкой заинтересованности подростков экологической деятельностью находит отражение проблема недостатка работы со взрослыми, составляющими их непосредственный круг общения. Родители и учителя, которые активно участвуют в процессе социализации молодых людей и транслируют для них нормативные модели поведения, часто не владеют необходимыми знаниями и навыками или просто не озадачивают себя работой по экологическому просвещению подрастающего поколения в силу сложившихся приоритетов.

«Эту культуру надо воспитывать с рождения... Мы много обсуждаем на конференциях эту проблему. В детских садах сейчас появилась эта программа, в школах — абы как, но есть, но культура-то начинается с семьи. И вот ребенок получил образование. Он приходит домой, а мама: «Да, ладно, не выключай свет, что я тебе буду теперь 159 раз его включать?» «Иди руки помой!» — сама воду включила и ушла. Элементарные вещи... Образованием населения никто не занимается. Для взрослого населения нет пропаганды, что нужно заботиться об окружающей среде. Нет социальной рекламы» (Эксперт № 16).

«Мне кажется, что нужно работать с педагогами, т. е. все говорят, что нужно работать с детьми. Дети — это наше будущее, подростки в этом плане — уже наш завтрашний день, но я считаю, что наряду с тем, чтобы организовывать какие-то мероприятия для детей, нужно еще системно работать с педагогами» (Эксперт № 7).

Социологи неоднократно делали выводы о том, что для большинства российских граждан характерен воспроизводящий тип экологической культуры, не предполагающий сопоставление моделей поведения с текущей ситуацией. В процессе трансмиссии социокультурных ценностей из поколения в поколение передаются установки по отношению к окружающей природной среде, не релевантные ее состоянию. Укоренившаяся тенденция способствовала пересмотру направления экологического просвещения среди взрослого населения в сторону формирования экологической культуры родителей через развитие экологической культуры детей, что вполне отвечает современным тенденциям становления префигуративного типа трансмиссии культурных ценностей.

«Когда дети приходят и говорят: «Мамочка, ты опять не выключила свет». Или: «Папа, почему ты чистишь зубы, а у тебя вода не выключена?». Ребенок уже экологически ориентирован, он по-другому вести себя не будет, более того, он выстроит эколого-ориентированное поведение родителей, бабушек и дедушек» (Эксперт № 1).

Тем не менее работа непосредственно со взрослым населением и институтом семьи сохраняет значимость, которая усиливается тем, что эколого-ориентированные и социально ответственные родители стремятся приобщить детей к своим ценностям. По оценкам экспертов, часть глубоко вовлеченных в экологическую деятельность подростков, как правило, были в свое время приобщены к ней родителями.

«Есть те, кто пришли, но через родителей — родители были подписаны на нашу волонтерскую рассылку. Они предложили дочкам прийти и взять саженцы. Потом девочки пошли на академию вожатых, им было 15—16 лет, они прошли академию вожатых

и приехали к нам в лагерь. Сначала помогали по хозяйству, потом уже были вожатыми. И они до сих пор с нами» (Эксперт № 14).

Общий социокультурный контекст московского мегаполиса оказывает влияние на отношение подростков к экологической деятельности, в первую очередь большим числом предложений по проведению досуга, помимо участия в экологических мероприятиях или естественнонаучных исследовательских проектах. Городская инфраструктура подросткового досуга динамично развивается и дополняется форматом виртуального общения, обновляя традиционные интерактивные формы деятельности и освоения ролевых моделей, которые реализуются в рамках квестов, флешмобов, походов в торгово-развлекательные центры [Павлов, 2013: 8—9].

«Мне кажется, их стало больше, в то же время охват увеличился: билборды везде висят. Но у них [подростков] все равно палитра выбора большая, экология занимает где-то там... Не обязательно, что он сюда посмотрит» (Эксперт № 20).

Во вторую очередь преподаватели отмечают низкую востребованность экологического направления выпускниками в процессе формирования профессиональной ориентации.

«У нас их единицы. Раньше было очень много таких детей. Старшеклассники готовились по биологическому или химико-биологическому направлению, это было очень востребовано. Сейчас каждый год поступают, есть единицы, но это дети, которые так интересно приходят к нам. С пятого класса, с восьмого, с девятого целенаправленно сюда идут, потому что здесь социальный заказ поступает от родителей» (Эксперт № 18).

Условия проживания в мегаполисе, предполагающие обилие возможностей для самореализации по различным направлениям, во многом позволяют подросткам и их родителям моделировать индивидуальные траектории развития подростка, как личностного, так и непосредственно профессионального. Однако императив потребительских ценностей сводит такую индивидуализацию до ориентации на перспективы материального благополучия, и с этой точки зрения профессия эколог не вызывает интереса у подростков. Престиж профессии на данный момент не сформирован.

«Я понимаю и вы, думаю, понимаете, почему подростки не выбирают — потому что это не востребовано. Востребовано, например, ты будешь измерять землю, будешь получать деньги, а если ты будешь думать, сколько углекислого газа и какой будет парниковый эффект — это востребовано не будет. В лабораториях работать? Не знаю. Были недавно, там очень мало получают, работа колоссальная, постоянно в движении. Они говорят: «Готовьте нам пополнение». А кто пойдет? Все любят работать поменьше, а денег получать побольше» (Эксперт № 18).

Социально-психологические факторы низкого интереса к экологической деятельности связаны с возрастными изменениями физиологического состояния молодых людей в возрасте от 14 до 17 лет, значимо влияющего на их эмоции, психику и социальное поведение и определяющего их потребности, интересы и ценности [Кон, 1989: 4].

«У нас 80 % посетителей — это дети с 1-го по 7-й класс. Это самая благодатная возрастная группа, потому что они уже кое-что понимают. Им все еще интересно. В 8-м классе начинаются всякие возрастные вещи, их объекты внимания изменяются» (Эксперт № 8).

Мотивация подростков к участию в экологической деятельности

Анализ данных позволяет сделать вывод о различиях стимулов к участию подростков мотивированных и немотивированных групп, а также об особенностях социально-демографических характеристик и социально-психологического состояния подростков из этих групп.

Мотивированные подростки отличаются ориентацией на продолжение образования в направлении естественнонаучного знания, в том числе природопользования и охраны окружающей среды.

«Про подростков... Конечно, когда происходит профориентация, если они хотят заниматься биологическими или, вообще, естественными науками, они с удовольствием посещают кружки, мероприятия. Взять тот же конкурс спортивной орнитологии. Но это, если нацелились в биологический вуз. Были разговоры: я не буду заниматься научными исследованиями, но я люблю фотографию — я буду фотографом. Фотограф-анималист...» (Эксперт № 4).

С точки зрения социально-психологического состояния к этой группе относят тех, кто пытается заглянуть глубже в себя, наблюдать за происходящим вокруг, найти себя, подобных себе. Это подростки, которые испытывают недостаток общения и принятия в своей социальной среде.

«Те подростки, у которых достаточно широкий круг общения, как правило, ничего особенного для себя не ищут — их все устраивает. А вот те, кто испытывает недостаток общения, зачастую появляются здесь. Недостаток общения, недостаток понимания, недостаток людей, близких им по интересам. Те дети, которые к нам приходят, подростки, очень интересные. У них внутри есть какая-то искорка, жажда знания, и она выражается и в общении тоже» (Эксперт № 7).

Ориентация на глубокое погружение в проектно-исследовательскую деятельность определяется некоторыми ментальными особенностями молодых людей.

«Это подростки выше среднего интеллектуального уровня, я бы не сказала про образование, он не совсем коррелирует с образованием. Скорее, воспитание, семья, общие составляющие, интерес к жизни... Интерес познавательный, исследовательский. Школьник может быть троечником, но если в нем есть поисковость и исследовательская жилка, он ищет: а почему, а зачем?..» (Эксперт № 10).

Наиболее перспективные формы массовой работы с подростками по экологическому просвещению

В поиске новых форм и дальнейших путей формирования экологического образа жизни подростков эксперты ориентируются на наиболее актуальные запросы аудитории, поэтому при организации мероприятий происходит четкое разделение подростков на тех, кто уже заинтересован и видит конкретное предложение действовать, и на тех, кто не считает экологию привлекательным направлением, с тем, чтобы найти наиболее релевантную их интересам возможность участия в экологической деятельности.

«Если мы говорим о подростках, мы должны подумать о потребностях в их развитии. А пути немножко разные. Для тех, кто сам к этому пришел, и тех, кто об этом даже не думает. В первом случае мы им предлагаем что-то сделать, во втором — важно подумать, чем им это может быть интересно» (Эксперт № 14).

Стимулы к участию в экологической деятельности варьируют в зависимости от ценностного отношения предполагаемой аудитории и степени ее вовлеченности. Мотивированных подростков стимулирует повышение возможностей для поступления в профильный вуз по результатам участия в экологических проектах, конкурсах, олимпиадах, дальнейшее профессиональное развитие или трудоустройство. Специалисты по экологическому просвещению в таких случаях работают на поддержание заинтересованности подростков.

«Мотивация, должен быть стимул. Стимул у старших — поступление. Они для поступления будут делать все. Им нужно портфолио» (Эксперт № 18).

Для подростков, не проявляющих интереса к участию в экологических мероприятиях, экология подается под каким-то соусом. В таких случаях организаторы работают на привлечение, поэтому репертуар мероприятий отвечает интересам подростков. Если для мотивированных молодых людей интерес так или иначе связан с экологией, то в данном случае интересы можно сгруппировать по нескольким направлениям: развлечение и коммуникация, публичное признание, познавательный интерес, тактильная работа, получение вознаграждения, ролевое моделирование, творческая экспрессия, поиск идеала или референтной группы, значимость деятельности.

Удовлетворение **потребности в развлечении и коммуникации** в рамках экологических мероприятий реализуется через анимацию на акциях и экскурсиях, создание условий для интересной коммуникации и тусовки, интерактивности. Мероприятия должны включать элементы яркого, захватывающего шоу и интертеймента.

«Тусовка и коммуникация — самое главное. Если есть некто, кто их связывает экологическим началом: акции по сбору макулатуры, батареек или бог знает чего, спасения животных, кошек и т. д., они с радостью включаются. <...> Главное, что они должны быть вместе, чтобы были мальчишки, девочки; одной сознательности мало» (Эксперт № 10).

Публичность реализуется через распространение информации об участии конкретного подростка или публикации его работ, питает потребность в принятии обществом и признании значимости индивида. По мнению экспертов, она может быть производной чувства эгоизма. Определенную роль при реализации данного направления играет работа с современными медиа, позволяющими интерактивно взаимодействовать с участниками.

«Для подростков, по крайней мере с теми, с кем я работала, самой главной мотивацией является популярность. И эгоизм в таком виде у подростков — на очень высоком уровне» (Эксперт № 3).

«В 2010 г. провели конкурс противопожарных листовок. Картинки, которые победили в конкурсе, напечатали на наклейках и разослали по всей стране. Написано чей рисунок, какая школа, город (Эксперт № 14).

«Допустим, увлечение фотографией, те же самые селфи. Все, что угодно, люди любят фотографировать, у всех смартфоны с камерой, поэтому все могут себя сфотографировать, еду и т. д., и если это упомянуть в контексте занятий: селфи с уткой, селфи еще с кем-то, — это их заинтересует» (Эксперт № 17).

Познавательный интерес находит выражение при участии в исследовательских проектах, научных опытах, экспериментах, лекциях. Правда, он не всегда со-

впадает с заинтересованностью в профессиональном развитии — это может быть реализацией той самой поисковости, о которой было сказано выше. Мотивация ближе к саморазвитию и постижению средств самовыражения.

«А когда говоришь, давайте проведем эксперимент или опыт или давайте поиграем в квест, воспринимается совсем по-другому, хотя на самом деле это та же самая информация» (Эксперт № 7).

Тактильная работа. Особой популярностью среди подростков пользуются мероприятия, предполагающие возможность сделать что-то своими руками, однако востребована работа, несущая практическую пользу. Молодые люди, привыкшие проводить досуг перед компьютером, с удовольствием мастерят скворечники, синичники или кормушки для птиц.

«Люди приходят разные, сейчас ощущается недостаток именно тактильной работы. Когда у нас был Синичкин день и мы сколачивали кормушки, дети переругались из-за того, как колотить, и мне молотками поотбивали все пальцы. Я пытался их уберечь, чтобы себе не отбили, — отбили мне» (Эксперт № 2).

Вознаграждение. Важным стимулом для подростковой аудитории является вознаграждение. Это может быть приз за участие или элемент идентификации. В некоторых случаях имеет значение материальная ценность подарка, в некоторых, например, с Гринпис, важен сам бренд, без различия стоимости предмета, на котором он представлен. Подарок позволяет идентифицировать себя с референтной группой, с командой ярких и интересных людей, прирастить коннотации с содержанием семантического поля бренда организации.

«Подростки заинтересованы что-то получить, и для них очень важны какие-то символы, предметы: футболка, бандана, значок... Что-то с надписью Гринпис» (Эксперт № 14).

«Дети тоже меняются. Раньше все проходило сугубо на энтузиазме: «О'кей, я сделаю мир лучше! Будет моим детям потом, в дальнейшем, хорошо!» Сейчас этим уже никого не заманишь. Сейчас востребованы стимулирование подарками, поездками на какие-то съезды, мероприятия» (Эксперт № 9).

Ролевое моделирование. Подростковый возраст характеризуется активной стадией усвоения социальных ролей — подростки стремятся почувствовать себя социальными акторами. Возможность принять новые социальные роли и очертить зону своей ответственности привлекает молодых людей. Они стремятся вырваться из рамок институтов семьи и образования, чтобы почувствовать и проявить себя на управляющих позициях. Чем сложнее структура того проэкологического микросоциума, который формируется в процессе взаимодействия в рамках экологического просвещения, тем глубже они в него погружаются, так как расширяются возможности ролевого моделирования своего поведения.

«В основном наши активисты организуют мероприятия. Соответственно, в какой-то момент они могут себя почувствовать на новой ролевой ступени. Не только как исполнитель, а больше как организатор» (Эксперт № 9).

«Суть в том, что это экономическая и экологическая игра, т. е. они должны заработать денег и при этом не нанести вреда экологической обстановке. И они зарабатывают эти деньги. Одним из способов заработать были публикации на эко-тематику в нашей группе (группа в ВКонтакте). Это такая движущая, интересная игра, которая заставляла их состязаться и учиться» (Эксперт № 3).

Творческая экспрессия. Реализация потребности в экспрессии созидательной доминанты требует предлагать подросткам возможности проявить или развить творческие способности и принять участие в нестандартных мероприятиях. Традиционные выставки рисунков на тему экологических катастроф сменяются форматом экологического кино и фотографии, более близких подростковой субкультуре форм изобразительного выражения: граффити и т. д. Креатив, предложение чего-то нового позволяет привлечь внимание и выделить мероприятие на фоне других.

«У нас был проект с граффити «Сохраним природу вместе». Конкурс среди школ Северного округа. Ребята предоставляли эскизы, мы им давали советы. Победившей команде закупили красочки для граффити, и Тимирязевская академия разрешила нам, — они нарисовали по своим эскизам. Ребятам понравилось» (Эксперт № 21).

«Начался фестиваль «Эко-чашка», сейчас мы готовим аппаратуру, завтра у нас первый показ. Но мы только 30 человек сможем уместить, не больше. Так как нам все это интересно, мы за все беремся. Все, что нестандартно, мы сразу хапаем» (Эксперт № 20).

В возрасте 15—17 лет ребенок заинтересован в расширении контактов, и прежде всего это контакты со старшими детьми, родителями и взрослыми [Фельдштейн, 2013: 22]. Эксперты отмечают характерное для подростков состояние **поиска идеала/референтной группы** и вместе с ним высокий потенциал привлечения молодых людей к экологической деятельности через кумира, ведущего экологический образ жизни. В рамках такой стратегии актуализируется потребность в пакете человеческих брендов, транслирующих практики экологического образа жизни. Однако, принимая во внимание эффективность бренд-технологий, не стоит забывать о рисках, связанных с недостатком сознательности при копировании модели поведения.

«В контексте того, что им важно найти своего нового учителя; родители, школьные учителя вообще не копируются. Как правило, они с этого человека начинают брать пример. Что у нас делает молодежь? Под какого-нибудь певца косит, политика, спортсмена... Перенимают все повадки, копируют его образ жизни, одежду. Они видят какую-то большую фигуру и ее используют, а кто-то рядом видит человека хорошего. И если бы экологическая культура была распространена шире, тогда бы ребята, списывая портрет какого-то очередного, которому они подражают в данный момент, списывали бы и его экологичные повадки. <...> Пусть у этого идеала будут не только длинные волосы, пусть он еще и мусор сортирует» (Эксперт № 7).

Заявленный подход уже реализуется представителями различных социальных институтов, осуществляющих экологическое просвещение, в двух направлениях:

- Представители экологических организаций публично демонстрируют образ жизни, соответствующий экологическим принципам, в формате, доступном подросткам. Предполагается реализация практик, которыми аудитория может легко заинтересоваться и без особых усилий перенять, причем акторы стараются стать для молодежи значимой фигурой.

«Довольно сильная мотивация — стать частью классной команды. Как я вижу наших волонтеров? Это яркие интересные ребята, активные, позитивные, дружелюбные, которые обращают на тебя внимание, стараются помочь, ответить на вопрос. В ра-

боте с волонтерами мы стараемся вести такой позитивный тренд — в Москве этого не хватает» (Эксперт № 14).

«Я уже не говорю про нашего руководителя Антона Олеговича... Он всегда впереди планеты всей и всегда на велосипеде. Он открыл акцию, потом уехал к старту велоаезда, сел на велосипед и приехал уже к закрытию акции, к включению света, продемонстрировав, таким образом, свою приверженность» (Эксперт № 1).

- С объектами подражания для молодежи работают, чтобы привнести экологические аспекты в их образ жизни. Хипстерам, гламурной молодежи и городским фрикам предлагают добавить в свой образ жизни и внешний имидж немного экологии, чтобы подрастающее поколение ориентировалось не только на знаковые бренды и образы, но и на экологичные практики.

«Хипстерская среда, на которую сейчас мое направление переориентировали, и в этом году мы будем работать именно с хипстерами, даже немного вовлекая гламурную молодежь и профессионалов, которые у нас и так есть. Это профессионалы, гражданские активисты. Что касается гламура, стиля и моды, мы вовлекаем именно гламурную среду. Это те люди, которые могут нести тему экологического образа жизни в массы. Это, как ее называют, «легкая молодежь», которая ведется за модными трендами, не задумываясь над их содержанием» (Эксперт № 3).

Значимость деятельности — важный аспект мотивации к участию в экологических мероприятиях. На уровне эмпирических индикаторов значимость может интерпретироваться как:

- Наличие очевидного **результата деятельности**, совместной или индивидуальной. Во многом это обосновывает высокую востребованность акций по посадке деревьев и массовость субботников.

«Показать значимость в чем-то большом. Если это удастся, они будут так делать. Поэтому любая акция должна быть так продумана, чтобы это закончилось реальными действием и результатом» (Эксперт № 6).

«С подростками старших классов мы проводили акцию «Красивые площадки детям». Мы сажали на детских площадках красивые кустарники. Очень хорошо преподаватели отозвались, они с удовольствием приходили на эту акцию, потому что видели потом эффект, результат видели. Высаживали деревья, лепили значки на каждое дерево, каждый хотел оставить свой след, посмотреть, что дальше. Виден результат, отдача есть — люди хотят участвовать» (Эксперт № 5).

- **Массовость и/или глобальность** мероприятия или акции. Подростков привлекают мероприятия масштабные, поэтому традиционный субботник может восприниматься по-разному, в зависимости от того, какой резонанс вызовет его подготовка.

«Что характерно для четырнадцатилетних? Для них важна массовость акции, понимание того, что они включены в какую-то мощную организацию. Даже если из их школы участвуют только три человека, но они включены во всероссийскую или международную какую-то...» (Эксперт № 10).

- **Качественный уровень организации мероприятия.** Проработанность и подготовленность мероприятия является одним из определяющих факторов отношения к нему подростковой аудитории. Тщательно спланированная акция, преимущественно с дополнительной культурной программой, воспри-

нимается как поощрение, возможность приобщения к чему-то значимому. Ситуация, когда предлагают просто выйти и убрать помойку, интерпретируется как неуважение.

«Все зависит от того, как будет проведена подготовка. Как будет разъяснено ребятам, как будет показано, что предложено, как организовано. Если завтра выходить, а мы только сегодня пришли, это многие воспримут в штыки, а если ты готовил все несколько дней, объяснил, сказал, что это надо, приготовил, мешки, перчатки...» (Эксперт № 15).

Таким образом, анализ эмпирического материала позволяет сделать выводы о восприятии подростков специалистами по экологическому просвещению как сложной аудитории, что зачастую снижает их ориентированность на этот возраст. Эксперты разделяют подростковую аудиторию на мотивированных и немотивированных к экологической деятельности, что в свою очередь определяет специфику работы с каждой группой. В целом подростки слабо интегрированы в экологическую деятельность. Доминирующие причины низкого интереса: большой выбор вариантов для проведения досуга и низкий престиж профессии эколог, высокие нагрузки и требования в школе, отсутствие опыта экологической деятельности в раннем возрасте и недостаток просветительской работы с родителями и учителями, а также психофизиологические особенности подросткового возраста. У мотивированных и немотивированных подростков могут различаться стимулы, побуждающие их к участию в экологической деятельности. Среди основных мотивов участия на массовом уровне: развлечение, публичность, познавательный интерес, тактильная работа, вознаграждение, ролевое моделирование, творческая экспрессия, поиск идеала или референтной группы и значимость деятельности. При разработке стратегии работы с подростками специалисты по экологическому просвещению считают необходимой интеграцию в деятельность современных информационных и коммуникационных технологий, ориентируясь как на бытование молодых людей в социальных сетях и на других коммуникативных онлайн-площадках, так и на увлечение гаджетами. Попытки приобщать подростков к экологии в обход насущных для них потребностей не стоят усилий, однако и чрезмерное упование на работу по востребованным подростками направлениям без ориентации на зону ближайшего развития чревато для них бессознательной и поверхностной вовлеченностью в экологическую деятельность.

Список литературы

Андреев М. Д. Экологическое воспитание и просвещение как эмоционально-ценностное отношение к природе [Электронный ресурс] // *Фундаментальные исследования*. 2009. № 7. С. 76—78. URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=2174> (дата обращения: 12.02.2016).

Квале С. Исследовательское интервью. М. : Смысл, 2009.

Кон И. С. Психология ранней юности. М. : Просвещение, 1989.

Кон И. С. Психология старшеклассника. М. : Просвещение, 1989.

Лисовский В. Т. Духовный мир и ценностные ориентации молодежи России. СПб. : СПбГУП, 2000.

Майорова-Щеглова С. Н., Кравченко Л. В., Дмитриева В. Д. Всероссийское социологическое исследование «Дети и детские организации в условиях модернизации общества» : отчет [Электронный ресурс]. 2011 г. Сайт ДДОО, <http://www.childsoc.ru/index.php?parametrr=42> (дата обращения: 30.06.15).

Павлов С. В. Досуговые практики городских подростков в современной России (социологический анализ) : дисс. ... канд. социол. наук : 22.00.06 — Социология культуры. М., 2013.

Поливанова К. Н. Новая реальность подросткового общения. Секция «Трудности изучения трудного возраста: как можно исследовать социальное поведение детей и подростков» [Электронный ресурс]. РАНХиГС. 13 марта 2015 г. URL: http://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2015/s4_5/Polivanova.pdf (дата обращения: 30.06.15).

Семина М. В. Метод интервью в социологии и маркетинге. М. : КДУ, 2010.

Соколова И. В. Социология информатизации (теоретико-методологическое исследование) : дис. ... д-ра социол. наук : 22.00.01 — Теория, методология и история социологии. М., 1999.

Фельдштейн Д. И. Глубинные изменения детства и актуализация психолого-педагогических проблем развития образования. СПб. : СПбГУП, 2011.

Фельдштейн Д. И. Мир детства в современном мире (проблемы и задачи исследования). М. : МПСУ, 2013.

Ясвин В. А. Формирование экологической культуры. Пособие по региональной экологической политике. М. : Акрополь : ЦЭПР, 2004.