

«Изменения нужны снизу, а не сверху». Как команда движения ЭКА создала самое масштабное экологическое сообщество на платформе Ecowiki.ru

Дата запуска

2010 год.

География

Все регионы России.

Ключевые цифры

80 000 волонтеров по всей стране; 110 000 учителей проводят экоуроки; 425 вузов реализуют экопрограммы; 13 000 000 деревьев посажено.

Иновационность

С 2018 года работает сайт Ecowiki.ru — платформа открытых знаний и технологий для развития экологического сообщества России, «зеленая» поисковая система.

Результаты

Вовлекли десятки тысяч людей в снижение экоследа и экопросвещение других, создали удобную и доступную просветительскую платформу на «зеленые» темы, научили тысячи людей инструментам защиты своих экологических прав.

Цель устойчивого развития

№ 4 (качественное образование), № 12 (ответственное потребление и производство), № 15 (сохранение экосистем суши).

Статус на 2022 год

Проект продолжает работу.

Татьяна Честина выросла в Иркутске, рядом с Байкалом. Студенткой она начала волонтерить, а потом и работать в фонде «Возрождение Земли Сибирской». Вместе с друзьями Татьяна участвовала в экопросветительских рейдах: молодые люди выезжали на Байкал и рассказывали туристам, как экологично себя вести и куда увозить мусор.

Закончив факультет иностранных языков, в 2007 году Татьяна переехала в Москву и начала работать в сфере образования. Но девушка заметила, что те экологические правила, к которым она привыкла в Иркутске, в столице были совсем не так распространены. Инфраструктуры для раздельного сбора в Москве на тот момент почти не было, а про проблемы окружающей среды говорили мало. Тогда Татьяна организовала небольшое сообщество: его участники смотрели фильмы про экологическую повестку, расписывали экосумки и отвозили макулатуру на переработку. А еще Честина придумала наносить на гугл-карту точки сбора вторсырья — в то время эту информацию достать было трудно.

Тогда же будущие создатели движения ЭКА решили запустить инициативу по посадке миллиона деревьев. Это был 2010 год, когда в Центральной России горели леса и Москву затащило дымом от пожаров. Авторы позвали присоединиться к акции Елену Горохову, в то время зам-проректора РГУТИС — Российского государственного университета туризма и сервиса. «Они не знали, как реализовать эту инициативу. А у меня есть способность делать все что угодно с нуля. Даже если я не знаю как — я придумаю», — вспоминает Елена.

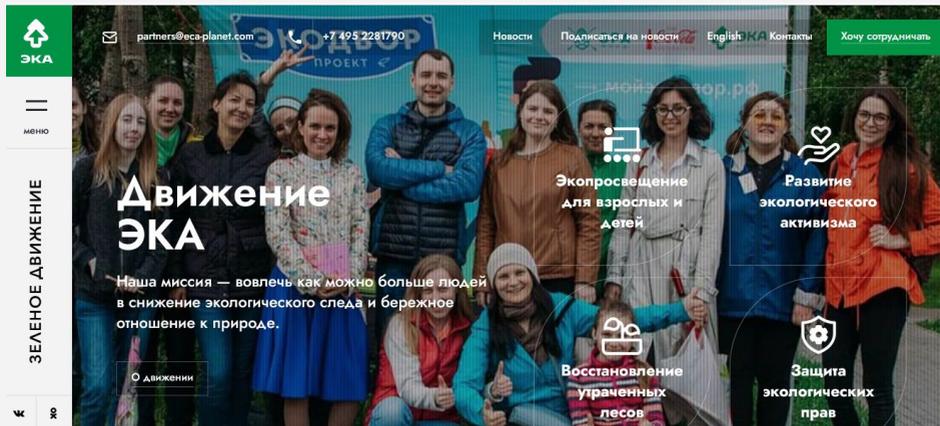
Горохова помогла собрать команду и нашла координаторов в регионах, которые вместе с волонтерами посадили миллион деревьев. После этого команда задалась вопросом, остановиться на этом или попробовать заняться системным развитием экологической повестки в России? Решили работать дальше. Так и началось движение ЭКА. Команде понадобился пиар-менеджер, и в ЭКА позвали Татьяну Честину, у которой было много идей по развитию экологического движения. В то время Татьяна вместе с друзьями жили в коммуне «Эколофт на Пятницкой»: сняли квартиру в центре Москвы и наладили в ней экологичный быт. Сортировали отходы, экономили ресурсы, устраивали кинопоказы и лекции на тему сохранения окружающей среды, в гостиную набивалось под 60 человек. К ним постоянно приезжали журналисты и снимали сюжеты для телепередач — тогда они со своими экологическими привычками казались инопланетянами и фриками. Это был 2010 год. Сейчас, в 2022-м, спустя 12 лет, сортировать мусор и мыть пластик естественно для многих москвичей. В это внесла свой вклад и просветительская работа ЭКА.

Чем занимается движение ЭКА?

Сейчас ЭКА работает по множеству направлений:

- краудфандинговая платформа и приложение Posadile.ru, с помощью которых пользователь может финансово поддержать посадку деревьев, которые высаживаются волонтерами на загородных территориях, где пострадали леса. Посажено более 13 млн деревьев;

- платформа «Экокласс.рф», где школьные учителя получают доступ к готовым урокам на разные экологические темы — сейчас их около 50;
- программа «Зеленые вузы России». Внедряют «зеленую» культуру и экологические практики в университетах страны;
- ресурсный центр «Зеленая цивилизация» — помощь эоактивистам, региональные и федеральные кампании по защите экологических прав, работа с органами власти и законодательством;
- проект «Карооста» — всероссийский гид экообъектов, помогающий экологизации бизнеса;
- и наконец, платформа Ecowiki.ru — популяризация «зеленого» образа жизни и развитие экологических сообществ и низовых инициатив.



Главная страница движения ЭКА

Главный принцип движения ЭКА — развитие изменений снизу, а не сверху. Это касается и глобальных проектов, и будничных, на уровне двора и школы.

«Чтобы изменения стали устойчивыми, например тот же отдельный сбор, нужен какой-то процент активных людей, которые хотят это делать, — рассказывает Татьяна Честина. — Тогда приходит другая культура и то, что казалось дикостью и забавой, например сортировка отходов дома, становится нормой. Если принуждать и навязывать, люди будут сопротивляться и обходить новые правила».

Еще одно правило в ЭКА: не навязывать людям чувство вины за недостаточно экологичный образ жизни или слишком маленькие действия.

«Наша базовая установка: „Люди не являются плохими или злонамеренными — у них просто недостаточно знаний“, — объясняет Честина. — Если мы будем работать на чувстве вины и стыда, люди иногда будут что-то менять, но эти изменения не будут устойчивыми».

Из пиар-менеджера Татьяна постепенно переросла в директора по развитию, а потом стала председателем правления.

Википедия по экологии для каждого

Одна из главных проблем, которую команда ЭКА хотела решить, — это отсутствие структурированной базы знаний по экологической тематике на русском языке. Не для профессионалов, а для новичков и простых людей, которым интересна экология в популярном смысле,

волнуют проблемы природы и нравится эколайфстайл.

«У нас в школах нет экологического образования, а в вузах студентам не дают повестку устойчивого развития. В России нет системного массового экологического образования и просвещения на государственном уровне», — рассказывает Елена Горохова.

Команда ЭКА взялась восполнить этот пробел.

Соучредитель движения ЭКА Елена Горохова рассказывает, что изначально они с командой не планировали делать платформу Ecowiki. Задача стояла другая: пересобрать и улучшить имиджевый сайт ЭКА. Для этого в 2016 году группа коллег и координаторов из разных регионов собрались вместе, чтобы обсудить, что каждый хочет видеть на сайте.

«Когда мы осознали все, что мы хотим, — говорит Горохова

Скриншот главной страницы платформы Ecowiki.ru. В верхней части расположены кнопки: «Подписка на новости», «Поддержать проект», «Предложить материал» и «Личный кабинет». Ниже — меню с категориями: «Сообщества», «Конкурсы», «Медиаотека», «Статьи», «Обучение», «Онлайн-марафоны», «Акции», «Экозащита», «Видео», «Карта». В центре — строка поиска с логотипом ЭКОВИКИ и кнопкой «Найти». Под строкой поиска — панель «Выберите темы:» с фильтрами: «Все», «Биоразнообразие», «Вода», «Воздух», «Городская экология», «Защита экологических прав», «Зоозащита», «Изменение климата», «Лес», «Органическое земледелие», «Управление отходами», «Устойчивое развитие», «Циклическая экономика», «Эковолонтерство», «Экологическое законодательство», «Экологичный образ жизни», «Экопросвещение», «Энергоэффективность и возобновляемая энергетика», «Скрыть». В нижней части — блок «Новости» с кнопкой «Подписаться на новости» и анонсом статьи: «На Всероссийском форуме экоициатив обсудили вызовы экоответственного бизнеса, наградили». Справа — статистика: «Пользователей 74766», «Экспертов 140», «Сообщества», «Решенных вопросов».

ва, — то поняли, что работаем уже не над модернизацией сайта, а придумываем отдельный продукт, где мы сможем соединить активистов друг с другом и дать информацию. И мы решили использовать сайт Ecowiki.ru, который делала Татьяна, еще когда была волонтером. Мы поняли, что его надо будет полностью изменить, но домен и название мы оставили».

На осознание всех планов и проектирование платформы ушло полтора года. Деньги на запуск удалось взять из других проектов ЭКА. В 2018 году команда запустила первую часть просветительской платформы Ecowiki. Ее задачей стало через просвещение привлечь новых людей в экологический активизм.

Еще создателей платформы волновал большой временной разрыв между тем, когда люди узнают о проблеме и способах ее решения, и тем, когда они начинают что-то делать. Отсюда появилась следующая задача: создать такие инструменты, чтобы люди быстрее переходили от знания к действию.

И третья проблема — это то, что взрослые люди тяжело и долго перестраиваются и меняют свои привычки. И здесь появилась идея, которая стала ключевой для «Эковики»: разбить целевую аудиторию на степени вовлеченности и для каждого уровня предложить свои материалы.

«Потребление информации устроено так, что человек не абстрактно приходит на сайт, а приходит с конкретным вопросом, — уточняет Елена Горохова. — Мы пошли по этому же принципу: мы даем информацию, используя запрос пользователя. А дальше мы предлагаем ему еще

немного знаний на его уровне интересов. Мы учитываем степень вовлеченности и то, зачем человек к нам пришел».

Авторы «Эковики» ориентировались на формат «Википедии» как платформы верифицированных знаний. Но к энциклопедической части добавилась еще площадка для коммуникации, создания сообществ и обмена опытом. На «Эковики» люди, заинтересованные экоповесткой, могут найти друг друга по городам, найти соратников и экспертов.

Чтобы предоставить пользователю проверенные знания, «Эковики» опирается на опыт других организаций и авторитет экспертов в узких темах. Например, когда разрабатывали акцию по помощи животным из приюта, координаторы «Эковики» обратились к фонду «Голоса за животных» за проверенной информацией. Когда придумывали марафон «Хранители птиц», обратились к орнитологам, чтобы узнать все нюансы. Для марафона по пермакультуре и инструкции, как вырастить здоровый урожай, нашли специалистов по органическому земледелию — и так далее.

Сейчас «Эковики» — это платформа, которая дает людям проверенные знания по разным экологическим вопросам и алгоритмы прикладных действий, чтобы внести вклад в сохранение природы. А еще площадка для сообществ и обмена опытом.

«Эковики» рассчитана на разный уровень вовлеченности в экологическую повестку. На сегодня на платформе зарегистрированы более 73 тысяч пользователей. Исходя из своих знаний и того, в каком масштабе пользователь

хочет вносить вклад, он выбирает направление на сайте. Вот основные из них:

1. Направление «Начни с себя!» — для тех, кто хочет освоить простые экопривычки. Сегодня это 16 онлайн-марафонов: например, как сортировать вторсырье и избавиться от вещей экологично, как выращивать огород без химии, как сделать гардероб экологичным, как помочь сократить лесные пожары и другие. Участники марафонов опубликовали около семи тысяч постов в соцсетях об экологичном образе жизни.
2. Направление «Вовлекай других!» — для тех, кто хочет расширить свое влияние и вовлечь других в решение проблем. Сейчас на сайте 13 пошаговых инструкций для организации мероприятий. Уже 890 пользователей платформы организовали большие акции во всех регионах России, в них приняли участие более 650 тысяч человек.
3. Направление «Обучайся!». Сегодня это 9 онлайн-курсов по разным актуальным экотемам. Например, курсы «Циклическая экономика», «Лидерство для решения мусорной проблемы», «Школа зеленых видеоблогеров», курсы по защите экоправ, экожурналистике и другие. Курсы прошли больше 40 тысяч участников, благодаря обучению 50 новых видеоблогеров начали освещать экоповестку.
4. Направление «Меняй мир». Инструкции по защите своих экологических прав для тех, кто готов систематически и долгосрочно бороться за право на чистый воздух, чистую воду и благоприятную окружающую среду. Сейчас — 19 инструкций по защите экоправ и 9 инструкций по изменению среды.

Устойчивое сообщество

Движение ЭКА развило сеть региональных лидеров-волонтеров по всей стране. Но постепенно стало ясно, что волонтеров, которые время от времени сотрудничают с организацией, недостаточно.

И тогда в проекте придумали дать каждому пользователю такую «витрину», где он сможет выбрать действие разной степени сложности. Чтобы человек просто брал и использовал готовые инструкции, даже не становясь представителем или амбассадором ЭКА.

Формирование сообщества — одна из главных инноваций «Эковики». Это работает так: пользователь создает мероприятие и приглашает на него пользователей портала. Только за одно лето 350 новых участников портала разместили на платформе свои события и рассказали об этом другим пользователям платформы. Так люди,

Онлайн-курсы

Здесь вы найдете бесплатные онлайн-курсы, которые помогут развивать ваши экологические компетенции.

Хотите разместить свой экологический онлайн-курс на Ecowiki.ru? Пишите на почту ecowiki@esamir.ru с темой «Онлайн-курсы».



Экопроекты как часть ESG-трансформации бизнеса



Экологическая журналистика: просто о сложном



Школа зеленых видеоблогеров. Теоретическая часть

Страница сайта Ecowiki.ru с онлайн-курсами

которые только пришли в экологическое движение, быстро находят единомышленников и поддержку, и это помогает чувствовать себя не одиноким в экологической деятельности, даже если в твоём городе таких, как ты, мало. На «Эковики» уже зарегистрировано 7300 мероприятий, в которых поучаствовало больше сотни тысяч людей в десятках городов.

Изменив модель, команда ЭКА смогла вырасти с нескольких десятков представителей в регионах до десятков тысяч амбассадоров экологического просвещения. Этому помогло ещё и то, что команда движения ЭКА и проекта «Эковики» не ставит целью забрендировать все экологические мероприятия своими логотипами — главная цель продвигать не себя, а заботу о природе, которая принадлежит всем.

«Сначала надо создать потребность в действии»

Чтобы оценивать воздействие проекта, команда ЭКА смотрит на результаты разных опросов, насколько людей волнуют экопроблемы: например, на публикации ВЦИОМа или «Левада-Центра» (признан иностранным агентом). Согласно [опросу](#) «Левада-Центра» в 2020 году, загрязнение окружающей среды жители России считали самой важной угрозой глобального мира — большей, чем международный терроризм и война. В том же 2020 году ВЦИОМ [выяснил](#), что заботу об окружающей среде россияне считали одной из важных задач государства. При этом около половины опрошенных говорили, что сортируют мусор, но только небольшой процент граждан, около

5–10%, занимается экологическим волонтерством и экопросвещением. Чаще всего инициатива людей остается на бытовом уровне.

Команда «Эковики» ставит целью увеличить процент людей, которые вносят любой, даже минимальный, но деятельный вклад в заботу о природе.

«Даже без опросов последние лет пять мы наблюдаем больше вовлеченности, интереса, даже по тому, сколько нам пишут, хотят быть нашими волонтерами, присоединяются к программам, — говорит Честина. — Мы видим стабильный рост обеспокоенности по поводу экологических проблем».

При этом Татьяна признается, что прирост аудитории «Эковики» идет куда медленнее, чем планировалось. Определение целевой аудитории и поиск тона общения и ключевых посланий стали непростой задачей для команды Эковики. Трудность в том, что команда уже слишком погружена в «зеленую» повестку и воспринимает экологические ценности как естественные. Поэтому в проекте поначалу часто упускали этап объяснения, почему все это важно. А потом стали подходить к людям через универсальные потребности.

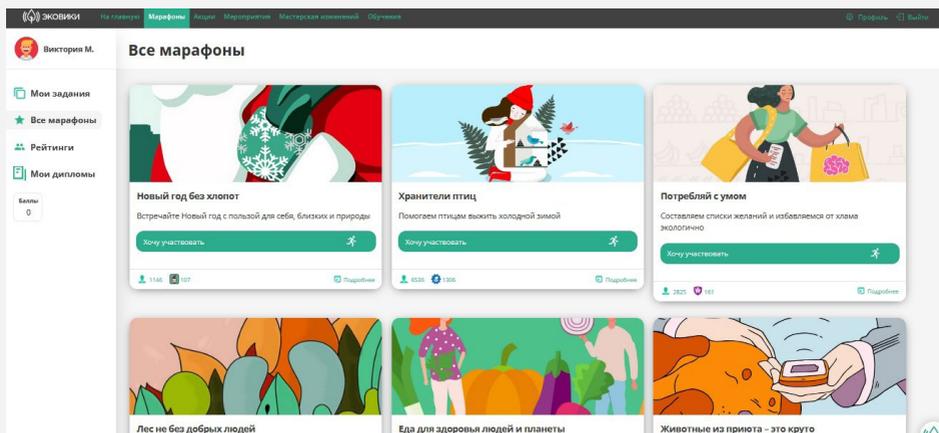
«Раньше мы приходили к человеку, как будто его уже волнует проблема и он уже хочет действовать, но мы забегали вперед, — рассказывает Татьяна Честина. — Сначала надо было создать потребность в действии. В нашей маркетинговой стратегии мы учимся обращаться к людям через персональные потребности: в здоровье семьи и детей, в нормальной окружающей среде, в спокойствии

за будущее. И мы учимся говорить на этом языке — хорошая экологическая среда важна не сама по себе, а потому, что нам и нашим детям здесь жить. Бывает, что личная ценность очень ярко выражена: например, защитники Троицкого леса говорят: „Это мой лес, я по нему с сыном гулял! А его берут и вырубают!“».

Честина чувствует, что все не зря, когда люди хотят защищать то, что, казалось бы, на их ежедневную жизнь не влияет. Например, когда в лесах Сибири при пожарах гибнут животные, люди чувствуют боль и хотят что-то делать. Или, например, когда жители Москвы борются за Байкал. Вдруг начинают чувствовать ответственность — «это и мой Байкал тоже».

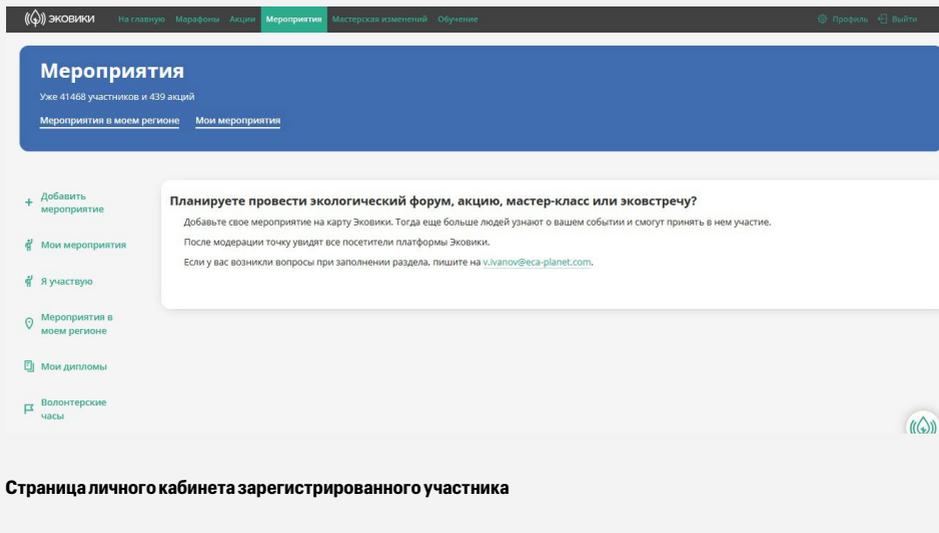
«Они зачастую там никогда не были, но такое присвоение — это самое интересное и ценное для меня. Человек расширяет зону того, что его волнует и за что он несет ответственность. И потом смотрит: а что там у нас с местным самоуправлением? кто идет на выборы? а что с коррупцией? — говорит Честина. — Наверное, мы работаем над расширением вот этой „зоны покрытия“ личной гражданской ответственностью — просто приглашаем туда людей через экологическую тему как универсальную базовую ценность».

В процессе развития проекта пришлось признать, что часть людей в стране никогда не примут «зеленую» оптику и — чтобы не тратить время на бесплодные попытки — от какой-то части потенциальной аудитории нужно отказаться.



Личный кабинет зарегистрированного участника

«Однажды к нам приезжали [сотрудники] международной организации Oxfam и мы говорили, как привлечь внимание людей к проблеме климатического кризиса, — продолжает Честина. — Тогда в России только начинали говорить об этом и Путин сказал, что для России глобальное потепление даже выгодно. Появилось много скептиков, которые задавали вопросы, и много циников, которые просто смеялись над этой проблемой. Тогда нам посоветовали работать со скептиками — потому что они сомневаются и можно им что-то аргументированно донести. А с циниками не работать, потому что мы разобьем все силы и не сможем их ни в чем убедить. Так я поняла, что наш адресат — это не „зеленые“, потому что они уже на нашей стороне. И не холодная аудитория, потому что с ней бесполезно разговаривать. Наша задача — расширить массу людей, готовых что-то делать, и тогда это станет основой для массовой культуры».



Институт по экологической проблематике

«Эковики» входят в экосистему движения ЭКА, в которой пять глобальных направлений, а подпроектов около 50. На федеральном уровне в команде ЭКА работает 45 человек в штате. На региональном уровне по всей стране около 200 человек — время от времени они участвуют в общероссийских проектах.

Федеральная команда не делится по проектам, то есть над «Эковики», кроме нескольких исключений, работают те же самые люди, что и над проектами «Экокласс», «Посади лес» и другими. Каждый человек — часть большой инфраструктуры из нескольких департаментов и отделов. Любая идея и проект проходят по всем отделам.

Цикл производства выглядит так: сначала методический отдел собирает видение проекта и материалы к нему — в этом отделе работают журналисты, редакто-

ры, переводчики, методологи, привлекаются эксперты; затем отдел фандрайзинга ищет финансирование: выделяет из существующего, привлекает гранты и спонсоров; дальше над реализацией работают отдел дизайна, отдел видеопродакшена (есть операторы и монтажеры, которые делают материал для онлайн курсов или социальную рекламу, методические ролики, контент для соцсетей), отдел продвижения.

«Любой проект проходит по этому пути, не надо каждый раз заново собирать команду и разработчиков, они у нас уже есть, и мы новую идею прокатываем по этому сценарию, — объясняет Елена Горохова. — Но если проект такой большой, как „Эковики“, то у него больше менеджерский состав и больше направлений деятельности: каждый отвечает за свою целевую аудиторию, за свои продукты, которые связаны с его уровнем погруженности».

Большинство людей в команде работают над каждым продуктом. Конечно, встает вопрос управления и приоритизации задач. Для этого топ-менеджеры назначают очередность и следят, чтобы проекты не конкурировали друг с другом. Все сотрудники ЭКА непрерывно учатся: участвуют в российских и международных акселераторах, проходят стажировки за рубежом, осваивают бизнес-подходы. Елена Горохова говорит, что принцип постоянного развития и обучения — один из главных для команды.

«Мы все время думаем, как что-то масштабировать, — говорит Татьяна Честина. — Как сделать больше материалов? как добиться больше прочтений? больше регистраций на сайте? У нас такой методический центр, который

ищет социальные технологии, придумывает и упаковывает, чтобы эти знания и практики были доступны большому количеству людей».

Образовательные курсы «Эковики» напоминают платформу Coursera. Один из самых популярных курсов — базовый курс по циклической экономике.

«Мы видели, как много крутых материалов на эту тему на английском языке, — вспоминает Честина. — И нам захотелось сделать русскоязычный продукт, который бы в простом, но системном виде погружал в тему».

Для создания курсов методологи «Эковики» привлекают как экспертов, так и практиков. Например, для занятий по защите экологических прав позвали активистов Шиеса и активистов из Казани, которые добились создания особо охраняемой природной территории. И запустили курс по ключевым проблемам, с которыми сталкиваются активисты: в него вошли и юридические вопросы, и блок про работу со СМИ, и про активистское выгорание. Люди давали обратную связь, что этот курс облегчил им работу, сократил время на поиск работающих инструкций.

Финансовую устойчивость организации ЭКА обеспечивает то, что на разные проекты команда привлекает средства из разных источников. Это и гранты, и деньги от бизнес-партнеров, которые в рамках корпоративной социальной ответственности поддерживают движение ЭКА.

«Последние годы и особенно после 24 февраля 2022 года, в сообществе НКО идут большие дискуссии, этично ли сотрудничать с государственными структурами и брать у государства деньги, — говорит Честина. — Я придержи-

ваюсь позиции, что это не президент из своего кармана дает, это наши деньги налогоплательщиков, которые государство аккумулирует и возвращает в виде конкурса для НКО. Мы не у государства что-то просим, это деньги граждан. Поэтому мы себя свободно чувствуем в том, чтобы оппонировать государству».

Ограничения влияния

Одно из самых сложных направлений «Эковики» — «Экозащита». Это система обучения и консультирования людей и активистских объединений, которые решили защищать свои экологические права и выступать против нарушений природоохранного законодательства.

Здесь у пользователя есть две траектории. Первая: воспользоваться готовыми инструкциями на сайте «Эковики», которые команда подготовила вместе с юристами. Например, есть материалы о том, как добиться проверки качества воды в водоемах или помочь ликвидации экологического ущерба, как системно работать с незаконными свалками или как инициировать создание особо охраняемой природной территории.

Инструкции постоянно обновляются — команда следит за изменением законов и судебной практики. Также методологи «Эковики» непрерывно собирают успешный опыт в регионах, анализируют его и тоже превращают в инструкции и алгоритмы действий. Например, есть инструкции по уборке свалок и оцифровке информации о мусорных полигонах: пользователь может выбрать, работать с одной свалкой или с помощью спутниковых

снимков промониторить все карты в своем районе. Например, используя вторую инструкцию, студент из Челябинска добился увеличения бюджета на уборку свалок в черте города.

Второй возможный путь активиста: обратиться к специалистам на сайте «Эковики» с проблемой, которую он хочет решить, и получить консультацию нескольких специалистов. Например, обращается человек, который хочет защитить от вырубки лес в своем регионе. Кроме стандартных советов, он получает рекомендации, подходящие именно его случаю. В команде есть сотрудник, который умеет организовывать подобные кампании офлайн, а есть, например, бывший министр экологии Ульяновской области — он знает, как взаимодействовать с органами государственной власти и как все устроено: куда идти имеет смысл, а куда — нет, что повлияет, а что — нет. Так, в одном регионе что-то работает, а в другом — нет.

Одиночный активист может взять одноразовую консультацию, а может запросить сопровождение долгой кампании борьбы за лес, реку или озеро — в зависимости от того, готов ли человек на многолетнюю работу. «Эковики» предоставит также шаблоны обращений в государственные органы и поможет организовать так называемые факс-атаки — массовые обращения в разные ведомства.

«Пока получается поддерживать больше федеральных историй и меньше кампаний с местными проблемами, — рассказывает Мария Малороссиянова, руководитель направления „Экозащита“. — Чаше делаем большие рассылки писем в разные ведомства по значимым вещам

в федеральной повестке. Например, есть какой-то законопроект на рассмотрении и его экологи считают вредным или опасным — тогда мы подключаемся и запускаем кампанию».

Мария Малороссиянова рассказывает, что направление «Экозащита», к сожалению, имеет ограниченное влияние даже с сотнями и тысячами деятельных активистов. «Мы можем вести многомесячную переписку с надзорными органами и провести огромную кампанию — протесты, митинги, статьи в СМИ, — и местные власти даже отчитаются, что экологическое нарушение ликвидировано. Но на деле это окажется совсем не так. Часто так бывает с большими свалками: по документам ее убрали, а в реальности просто закопали. Или другой частый случай: к нам приходят люди из региона с маленькой частной проблемой, но она оказывается системной и на региональном уровне ее решить невозможно. Например, в огромном количестве городов не работают очистные сооружения. И никакими обращениями, петициями и митингами это решить невозможно. Нужно на федеральном уровне принимать программу и вкладывать огромные деньги на модернизацию очистных сооружений в небольших населенных пунктах».

Добиться видимого результата экозащиты иногда невозможно, а иногда это требует месяцев и лет переговоров с властями и бизнесом. Но Мария уверена, что экозащитная работа необходима и в долгосрочной перспективе имеет влияние.

«Системные проблемы никто не будет решать без сильно-

го общественного запроса. Если об этом не писать, не говорить, не работать с людьми, чувство бессилия и невозможность изменений будут укрепляться».

«Мы научились упаковывать и тиражировать успешные технологии»

Елена Горохова рассказывает, что во многом успех «Эковики» лежит в технологиях продвижения. Опираются в основном на чужой опыт: целый отдел маркетинга следит за трендами, за поведением людей, перенимает идеи у бизнеса. Секрет в том, говорит Горохова, чтобы быстро пробовать, проверять и отказываться от старых моделей, быстро реагировать на изменения рынка и адаптироваться.

«Наша стратегия — продвигать не портал, а продукт, — рассказывает Горохова. — И доставить этот продукт тому пользователю, которому он действительно нужен; концентрация на этой идее дала нам возможность получить более качественные результаты и большие охваты».

Сейчас команда работает над интеграцией искусственного интеллекта в технологии продвижения. «Мы хотим еще более точно доставлять каждому пользователю продукт, который ему нужен, — уточняет Горохова. — В России в экологических проектах искусственный интеллект для продвижения почти не используется».

Команда «Эковики» научилась упаковывать социальные технологии и тиражировать их. Сотрудники проекта следят за экологическими активистами и юристами, у которых что-то получилось, потом описывают их опыт и де-

лают его доступным массово, чтобы все увидели, что это возможно, и получили пошаговые инструкции. Так, один успешный кейс борьбы за свои экологические права может превратиться в десятки и сотни.

Татьяна Честина говорит, что глобальная, на много лет, миссия «Эковики» — это развитие экологической культуры в обществе. Экологическое мышление и поведение должны стать чем-то естественным, нормой, а не исключением. И эту миссию не отменят никакие политические и экономические катаклизмы в стране, потому что экологические проблемы остаются. Татьяна признает, что после 24 февраля 2022 года внимание людей к проблемам экологии сильно ослабло. Но эта беда затронула все НКО, которые занимаются социальными и гуманитарными проблемами в России.

Елена Горохова рассказывает, что в какой-то момент она поняла: если выбирать, как менять мир и приносить пользу, то ей стоит выбрать экологическое направление, потому что вслед за решением экологических проблем будут решаться и другие.

«Здоровье людей, проблемы голода и качества жизни — мы можем всё это изменить, занимаясь экологическими вопросами, — объясняет Елена Горохова. — Если мы будем понимать, что каждый произведенный товар может стать ресурсом в жизненном цикле другого продукта, а отходы одной компании — стать ресурсом для другой компании, мы придем к настоящей циклической экономике. И ряд проблем решатся сами собой».

Автор: Виктория Микиша