

УДК 37.022

https://doi.org/10.33619/2414-2948/112/61

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОСВЕЩЕНИЕ

©*Кочкорова Г. А.*, ORCID: 0009-0009-8091-2889, SPIN-код: 6377-1912, Баткенский государственный университет, г. Кызыл-Кия, Кыргызстан, *kochkorova@73bk.ru*

SOCIAL NETWORKS AND ECOLOGICAL EDUCATION

©*Kochkorova G.*, ORCID: 0009-0009-8091-2889, SPIN-код: 6377-1912, Batken State University, Kyzyl-Kiya, Kyrgyzstan, *kochkorova@73bk.ru*

Аннотация. Статья посвящена анализу роли социальных медиа в распространении знаний об экологии и повышении общественной осведомленности о проблемах окружающей среды. В условиях глобальных экологических вызовов, таких как изменение климата и утрата биоразнообразия, социальные сети становятся важным инструментом для активистов, ученых и образовательных учреждений. Цель статьи: анализ влияния социальных медиа на экологическое просвещение и защиту окружающей среды. Рассмотрено как социальные сети способствуют повышению осведомленности об экологических проблемах, мобилизации общественности и поддержке экологических инициатив. Рассматриваются различные платформы, такие как Facebook, Instagram и TikTok, которые позволяют оперативно делиться свежими новостями, образовательным контентом и вдохновляющими примерами активизма. Особое внимание уделяется эффективным форматам контента, привлекающим внимание молодежи, включая видеоролики, инфографику и вирусные кампании. Кроме того, анализируются вызовы, с которыми сталкиваются пользователи в процессе поиска надежной информации, включая проблему дезинформации и избытка контента. Статья также подчеркивает значимость формирования критического мышления у пользователей для адекватной оценки информации, касающейся охраны окружающей среды. Подчеркнута необходимость разрабатывать стратегии для повышения медийной грамотности, чтобы пользователи могли эффективно различать надежные источники информации и избегать дезинформации, которая может препятствовать эффективным действиям по охране окружающей среды. В заключение, следует отметить, что успешное использование социальных сетей для экологического просвещения возможно при условии продуманного подхода, который сочетает творческое содержание с активными методами вовлечения, поддерживая таким образом осведомленность и действие в области охраны окружающей среды. Авторы делают вывод о том, что социальные сети имеют потенциал для значительного вклада в экологическое просвещение, если их возможности будут использованы ответственно и целенаправленно. Гипотезы, выдвигаемые в этом контексте может заключаться в том, что использование социальных сетей способствует повышению уровня экологической осведомленности среди пользователей, что активное участие в экологических группах и сообществах в социальных сетях ведет к повышению мотивации пользователей к участию в экологических инициативах. Рекомендуется акцентировать внимание на необходимости создания стратегий, ориентированных на вовлечение пользователей. Это может включать разработку контента, который не только информирует, но и вдохновляет на действия, побуждает к участию в разнообразных инициативах, таких как экологические челленджи или волонтерские проекты. Важно, чтобы контент был не только образовательным, но и эмоциональным, поскольку исследования показывают, что эмоциональная связь с темой помогает лучше запомнить информацию и способствует

изменениям в поведении. Также стоит рекомендовать использование метрик для оценки эффективности кампаний в социальных сетях. Анализ охвата, вовлеченности и обратной связи от аудитории позволит улучшать будущие стратегии и улучшать качество коммуникации. Это может стать основой для дальнейших исследований, направленных на изучение соотношения между цифровыми практиками и реальным экологическим поведением.

Abstract. The article is devoted to the analysis of the role of social media in disseminating knowledge about ecology and increasing public awareness of environmental problems. In the face of global environmental challenges such as climate change and biodiversity loss, social media is becoming an important tool for activists, scientists and educational institutions. Purpose of the article: analysis of the influence of social media on environmental education and environmental protection. The article examines how social networks help raise awareness of environmental issues, mobilize the public and support environmental initiatives. It also looks at various platforms, such as Facebook, Instagram and TikTok, that allow you to quickly share breaking news, educational content and inspiring examples of activism. Particular attention is paid to effective content formats that attract the attention of young people, including videos, infographics and viral campaigns. It also examines the challenges users face in finding reliable information, including the problem of misinformation and content overload. The article also emphasizes the importance of developing critical thinking among users to adequately evaluate information related to environmental protection. The need to develop strategies to improve media literacy so that users can effectively distinguish between reliable sources of information and avoid misinformation that may hinder effective environmental action is emphasized. In conclusion, the successful use of social media for environmental education is possible through a thoughtful approach that combines creative content with active engagement methods, thereby supporting environmental awareness and action. The authors conclude that social media has the potential to make a significant contribution to environmental education if its capabilities are used responsibly and purposefully. Hypotheses put forward in this context may be that the use of social networks increases the level of environmental awareness among users, that active participation in environmental groups and communities on social networks leads to increased motivation of users to participate in environmental initiatives. It is recommended to emphasize the need to create strategies focused on user engagement. This may include developing content that not only informs, but also inspires action and encourages participation in various initiatives, such as environmental challenges or volunteer projects. It's important that the content is not only educational, but also emotional, since research shows that an emotional connection to a topic helps to better remember information and promotes behavioral changes. It is also worth recommending the use of metrics to evaluate the effectiveness of social media campaigns. Analyzing reach, engagement and audience feedback will improve future strategies and improve the quality of communications. This could form the basis for further research aimed at exploring the relationship between digital practices and actual environmental behavior.

Ключевые слова: социальные сети, экологическое просвещение, экологический активизм, цифровая грамотность, социальная ответственность, влияние медиа.

Keywords: social networks, environmental education, environmental activism, digital literacy, social responsibility, media influence.

В последние десятилетия человечество сталкивается с рядом серьезных экологических проблем, таких как изменение климата, загрязнение окружающей среды, утрата биоразнообразия и истощение природных ресурсов. Ответственное отношение к экологии стало важным аспектом устойчивого развития. Актуальность статьи заключена в том, что социальные сети могут сыграть важную роль в формировании общественного сознания и мотивации к действиям по охране окружающей среды. Социальные сети охватывают миллиарды пользователей по всему миру, обеспечивая уникальную платформу для распространения информации. Молодежь, являющаяся основной аудиторией социальных медиа, все чаще интересуется экологическими вопросами. Это создает возможности для вовлечения нового поколения в экологические инициативы и воспитания их как активных сторонников устойчивого развития. Социальные сети становятся мощным инструментом для экологических организаций и активистов. Они позволяют мгновенно распространять информацию о природоохранных акциях, событиях и инициативах, а также мобилизовать поддержку и ресурсы. Современные исследования показывают, что социальные сети могут быть полезными не только для распространения информации, но и для сбора данных и ведения научных исследований. Цель статьи: анализ влияния социальных медиа на экологическое просвещение и защиту окружающей среды. Экологическое просвещение — это процесс информирования и обучения населения о проблемах окружающей среды, их причинах и последствиях, а также о способах их решения [5, 7].

Просвещение направлено на формирование экологической культуры, осознание важности сохранения природы и устойчивого использования природных ресурсов. Социальные сети играют ключевую роль в коммуникации, позволяя людям обмениваться информацией, мнениями и опытом. Каждая платформа (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok) имеет свои особенности и аудиторию (Рисунок 1), что влияет на способ передачи информации.

Представленные на Рисунке 1 платформы предоставляют уникальные возможности в том числе и для экологического просвещения, позволяя пользователям делиться знаниями, опытом и инициативами по защите окружающей среды. Социальные сети являются мощным инструментом для распространения знаний и формирования общественного мнения, они также могут сыграть ключевую роль во всемирном распространении информации об экологических проблемах благодаря следующим аспектам представленным в Таблице 1.

Социальные сети могут не только оперативно распространять информацию о проблемах, но и мобилизовать общество на активное участие в решении экологических вопросов этому примером могут служить примеры успешных экологических кампаний [1, 4, 6].

В Таблице 2 представлены примеры успешных экологических кампаний. Молодежь является одной из самых активных групп пользователей контента в интернете, и для привлечения их внимания необходимо использовать современные форматы и методы [11].

Современные молодежные аудитории предпочитают визуальный контент текстовому по нескольким причинам. Видео и изображения позволяют быстро воспринять информацию, создавая более яркие и запоминающиеся образы. Платформы, такие как Instagram, TikTok и YouTube, стали основными каналами коммуникации, где молодежь ищет развлечения, обучения и социальной активности. Визуальный контент, особенно видео, может вызывать более сильные эмоции, чем текст, что делает его более запоминающимся. Видео позволяют наглядно показывать процессы и идеи. Например, короткие обучающие ролики или документальные мини-серии могут эффективно донести важные сообщения и концепции.

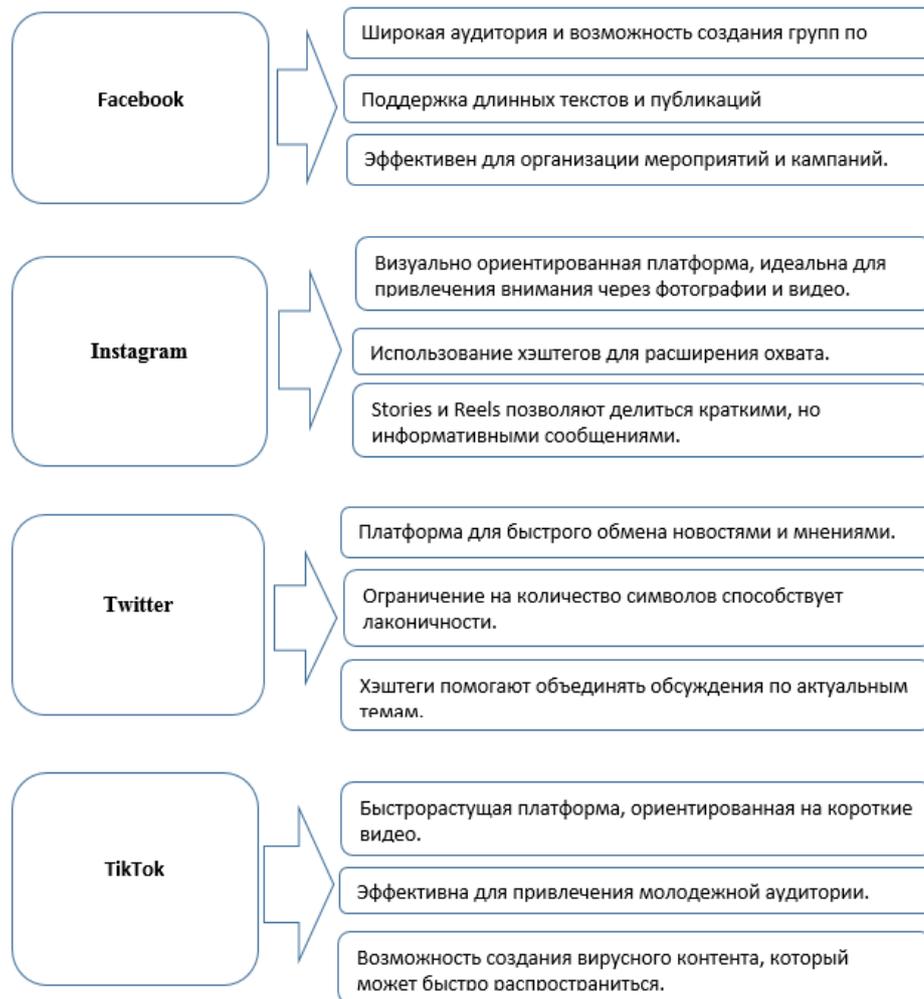


Рисунок 1. Социальные сети

Таблица 1

АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Оперативность	Мгновенная публикация и распространение. Новости о климатических изменениях, катастрофах или инициативах могут распространяться в течение секунд.
Глобальный охват	Доступ к аудитории по всему миру с минимумом затрат на географические границы.
Взаимодействие с аудиторией	Социальные сети позволяют организациям и активистам взаимодействовать с аудиторией, отвечать на вопросы и получать обратную связь, что способствует более глубокому пониманию проблем.
Вирусный эффект	Информация может быстро распространяться через репосты и лайки, что увеличивает охват и привлекает внимание к важным вопросам.
Сообщества и движения	Социальные сети способствуют созданию сообществ, объединяющих людей с общими интересами, что усиливает коллективные действия и поддержку.

Таблица 2

ПРИМЕРЫ УСПЕШНЫХ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ КАМПАНИЙ

Кампании	Инициаторы	Результаты
Plastic Free (Без пластика)	Активисты и бренды, такие как Adidas	Миллионы людей по всему миру начали отказываться от одноразового пластика; многие компании объявили о планах сокращения использования пластиковых упаковок
Fridays For	Грета Тунберг	Глобальное движение школьников, выходящих на

Кампании	Инициаторы	Результаты
Future (Пятницы для природы)		митинги по пятницам для привлечения внимания к климатическому кризису. Привело к международным протестам и политическим изменениям
Save The Bees (Спасите пчел)	Неправительственные организации и частные лица	Увеличение осведомленности о важности пчел для экосистемы; многие страны приняли меры по защите медоносных насекомых
Break Free From Plastic (Освободитесь от пластика)	Международное движение против пластика	Создание международной коалиции, направленной на сокращение производства и потребления одноразового пластика; множество инициатив по очистке территорий
Climate Action (Климатические действия)	Сообщества активистов в социальных сетях	Усиление общественного давления на правительства и компании для принятия мер по борьбе с изменением климата; включение экологических требований в политические программы

Вирусные кампании представляют собой мощный инструмент для привлечения внимания к социальным и экологическим проблемам. Молодежь, особенно активные пользователи соцсетей, проявляет стремление участвовать в важнейших вопросах, таких как защита окружающей среды. Например, движение, начатое Гретой Тунберг, привлекло внимание молодежи к вопросам изменения климата. С помощью простых и эмоциональных призывов акции привлекли множество участников и поддержку во всем мире [2].

Инфографика становится важным инструментом для донесения сложной информации до широкой аудитории, особенно среди молодежи. Она объединяет текст, изображения и данные в одном понятном формате, что позволяет легче воспринимать и запоминать информацию [8].

Инфографика может превратить обширные текстовые данные в визуальные представления, такие как графики, диаграммы и иконки. Это помогает быстро понять суть, не погружаясь в большой объем текста. Например, в образовательных учреждениях инфографика помогает студентам лучше усваивать материал, объясняя сложные концепции (например, в биологии или физике) через визуальные схемы. В социальных кампаниях инфографика часто используется для представления статистики, что подчеркивает важность проблемы в доступном и запоминаемом формате.

Молодежь все чаще становится активными участниками социальных движений и проводить свои кампании через создание контента: Социальные сети и мессенджеры позволяют молодежи выражать свои мысли и идеи, поддерживать важные для них инициативы. Они могут делиться постами, видео и статьями, быстро распространяя информацию среди своих сверстников. Создание онлайн-сообществ, посвященных определенным вопросам (например, защите прав животных или борьбе с изменением климата), позволяет молодежи объединяться и работать над общими целями, что делает их усилия более значительными и видимыми.

Геймификация — применение игровых элементов в неигровом контексте — стала популярной стратегией для вовлечения молодежи: использование игровых механик, таких как награды, достижения и уровни сложности, способствует повышению интереса [12]. Например, эко-игры, в которых пользователи помогают решать экологические проблемы, могут стимулировать участие и активное поведение. Игровые приложения и онлайн-курсы, включающие элементы геймификации, делают процесс обучения более увлекательным и доступным. Это позволяет молодежи осваивать новые навыки или отправляться в виртуальные путешествия, изучая культуры, природные явления и исторические моменты.

Современные молодежные аудитории существенно изменились и теперь требуют новых подходов к взаимодействию и общению. Визуальный контент, вирусные кампании, инфографика и геймификация становятся катализаторами притяжения и активизации молодежи на важные социальные темы, такие как экология и общественные движения. При правильном использовании этих инструментов можно создать устойчивый интерес к проблемам, которые имеют значение для будущего поколений. Выбор подходящих форматов для общения с молодежной аудиторией — это ключ к успешному вовлечению и влиянию на ее мнение и действия.

Социальные сети становятся мощным инструментом для реализации образовательных проектов, предлагая широкий спектр форматов и практических возможностей для обучения и распространения знаний, особенно в таких актуальных сферах, как экология. Платформы вроде Zoom и YouTube активно используются для проведения вебинаров, охватывающих различные темы. Например, многие экологические организации проводят вебинары по вопросам изменения климата, устойчивого развития и защиты биоразнообразия. Вебинары позволяют взаимодействовать с аудиторией в режиме реального времени, ответить на вопросы и создавать дискуссии. С помощью социальных сетей, таких как Facebook и Instagram, различные учреждения, включая парки и музеи, организуют виртуальные экскурсии. Например, Национальный парк Йосемити проводил экскурсии с комментариями гида, что позволило людям из разных уголков мира познакомиться с уникальными природными ресурсами и экосистемами. Ведущие экологические организации создают сериалы постов, сторис и видео на платформе Instagram, где объясняют важные экологические концепции.

Экологические курсы и тренинги становятся все более популярными в социальных сетях. Социальные сети позволяют образовательным учреждениям и независимым экспертам предлагать курсы без необходимости большого бюджета. Использование платформ для проведения опросов, обсуждений и создания контента позволяет обучающимся активно участвовать в процессе. Например, курсы по устойчивому развитию могут включать групповые обсуждения и проекты, которые реализуются через разные платформы. Выпускники курсов могут делиться своими достижениями в социальных сетях, что способствует распространению информации о курсах и привлечению новых участников.

Современные блогеры и инфлюенсеры играют решающую роль в популяризации экологического знания и повышении уровня осведомленности общества о важных проблемах. Инфлюенсеры, имеющие широкую аудиторию, могут значительно повысить видимость экологических проблем. Они используют собственные каналы, чтобы делиться полезной информацией о переработке, устойчивом потреблении и значении сохранения биоразнообразия. Многие экоблогеры сотрудничают с экологическими организациями, создавая контент, который освещает важные темы. Например, такие кампании, как «Если не я, то кто?» используют силу влияния, чтобы побудить своих последователей действовать. Инфлюенсеры помогают формировать сообщества по интересам, объединяя людей, волонтеров и активистов вокруг общих целей и задач. Они могут организовывать мероприятия, участвовать в акциях по очистке территорий, проводя «живые» эфиры и тем самым вдохновляя своих подписчиков на участие в экопатрулях и других активностях [4].

Образовательные проекты в социальных сетях открывают новые горизонты для распространения знаний и вовлечения людей в экологические инициативы. Они способствуют повышению осведомленности и формированию ответственного отношения к окружающей среде, делая каждую отдельную личность частью глобального движения за

сохранение природы. Эти процессы демонстрируют, как эффективное использование технологий и платформ может привести к положительным изменениям в обществе.

Современный интернет предоставляет нам доступ к огромному объему информации, что значительно усложняет задачу определения надежности источников. В условиях, когда множество платформ и медиа-источников генерируют контент, различия в качестве информации становятся значительно заметнее. Сравнение данных с несколькими источниками позволяет выявить противоречия и подтвердить достоверность информации. Использование сайтов и сервисов для проверки фактов может помочь распознать дезинформацию. Необходимо чтобы информация поступала из авторитетных и рецензируемых источников, таких как научные журналы, правительственные организации или известные исследовательские институты. Термин «инфодемия» стал популярным в последние год-два и описывает ситуации, когда избыток информации затрудняет получение адекватного представления о реальных проблемах. Это особенно актуально для экологии, где новости о катастрофах, изменении климата, истреблении видов и других критических вопросах могут быстро превращаться в шум и теряться на фоне общей информационной нагрузки. Переизбыток информации может вызывать эмоциональное выгорание, что приводит к снижению мотивации к действию. Люди начинают чувствовать, что их усилия бесполезны, и уходят от активного участия в решении экологических проблем. Доступность информации иногда приводит к чрезмерному упрощению сложных научных концепций, что может затруднять понимание реальных вызовов, с которыми сталкивается экология. Социальные сети используют алгоритмы для подачи информации, что влияет на то, какую именно информацию видит пользователь и может способствовать распространению искажений.

В условиях современного информационного пространства развитие критического мышления становится важнейшим навыком. Умение анализировать, интерпретировать и оценивать информацию необходимо для адекватного восприятия экологических проблем. Важно внедрять программы, способствующие развитию критического мышления с ранних лет, включая навыки анализа информации, распознавания пропаганды и стереотипов. Обучение людей основам медиа-грамотности помогает им понимать источники информации, распознавать манипуляции и делать осознанный выбор. Устойчивое развитие критического мышления требует долгосрочных усилий как со стороны образовательных учреждений, так и со стороны медиа. Это должно быть фиксированной частью образовательного процесса. В условиях роста информации и обилия источников важно внимательно подходить к вопросу достоверности, риска инфодемии и критического подхода к контенту. Развитие навыков критического мышления станет залогом успешного понимания и решения задач, стоящих перед обществом в области экологии и других важных сфер жизни.

Социальные сети играют все более важную роль в экологическом просвещении, предоставляя платформу для обмена знаниями, проактивных действий и вовлечения широкой аудитории [2]. Ввиду их влиятельности стоит задача разработки эффективных стратегий их использования для достижения устойчивого развития и экологической осведомленности. Возможные стратегии для более эффективного использования социальных сетей в экологическом обучении: создание обучающего контента, вовлечение влиятельных лиц и амбассадоров, коммуникационные кампании и хештеги, формирование сообщества.

Новые технологии и изменения в алгоритмах платформ могут повлиять на распространение экологических идей. Эти технологии могут быть использованы для анализа интересов пользователей и персонализации контента, что позволит более точно нацеливать экологические инициативы на подходящие аудитории. С помощью AI может происходить

мониторинг упоминаемости экологических тем, что позволяет адаптировать стратегии контент-менеджмента в реальном времени. Социальные сети всё больше ориентированы на взаимодействие (лайки, комментарии), поэтому контент, который вызывает реакцию, получает больший охват. Стратегии создания эмоционального или резонирующего контента могут помочь в продвижении экологических идей. Изменения в алгоритмах, которые предоставляют приоритет прозрачности и точности информации, могут способствовать распространению надежных экологических инициатив и знаний. Использование VR и AR для значимых экологических проектов может сделать опыт обучения более увлекательным, позволяя пользователям взаимодействовать с виртуальными экосистемами и строя личное понимание проблем. Наличие интерактивных приложений и игр, способствующих обучению, может повысить интерес к экологическим вопросам. Совместные усилия пользователей, неправительственных организаций и коммерческих структур — это основа успешного экологического просвещения в социальных сетях [10].

Использование силы сообщества, объединяющего различных участников, позволяет создать эффект синергии, когда обмен информацией и формирование общественного мнения происходит более эффективно. Активные пользователи с высоким уровнем осведомленности могут выступать в роли агентов перемен, распространяющих информацию и вдохновляющих других. Их участие в локальных сообществах и проектах может значительно повысить эффективность экологических инициатив. Неправительственные организации могут проводить образовательные программы, разрабатывать и распространять надежный контент, а также стимулировать активность общественности через кампании и акции. Коммерческие организации способны оказывать финансовую и практическую поддержку, а также внедрять устойчивые практики и делиться своим опытом в сфере экологии, что может вдохновить клиентов следовать их примеру. В конечном итоге, взаимодействие всех этих сторон в социальных сетях создаёт уникальную платформу для распространения знаний об экологии, повышения осведомлённости и формирования активного гражданского участия, что, в свою очередь, способствует устойчивому развитию и охране окружающей среды.

Влияние социальных сетей на экологическое просвещение невозможно переоценить. Платформы, такие как Facebook, Instagram, Twitter и TikTok, стали мощными инструментами для распространения информации, обмена идеями и мобилизации населения вокруг экологических проблем. Благодаря доступности и интерактивной природе социальных медиа, они дают возможность каждому участнику общества быть услышанным и привлекать внимание к жизненно важным вопросам защиты окружающей среды. Необходимо активно использовать социальные платформы для повышения осведомленности об экологических проблемах. Важно осознавать, что успешное продвижение экологических инициатив требует коллективных усилий. Социальные медиа служат площадкой для объединения людей вокруг общей цели — защиты окружающей среды.

Список литературы:

1. Баранов В. Н. Социальные сети // Транспортное дело России. 2010. №12. С. 232-234.
2. Бурко Р. А., Терёшина Т. В. Социальные сети в современном обществе // Молодой ученый. 2014. №7. С. 607-608.
3. Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Т. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. М., 2010. 228 с.
4. Диков А. В. Интернет и Веб 2.0. М.: Директ-Медиа, 2012. 62 с.

5. Дужникова А. С. Социальные сети: современные тенденции и типы пользования // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2010. №5 (99). С. 238-251.

6. Кочкорова Г. А., Боркошев М. М. Формирование у будущих педагогов правовых знаний в области охраны окружающей среды // Бюллетень науки и практики. 2025. Т. 11. №2. С. 480-488. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/111/60>

7. Кочкорова Г. А. Формирование экологической культуры студентов как педагогическая проблема // Бюллетень науки и практики. 2023. Т. 9. №5. С. 507-511. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/90/66>

8. Омелянчук С. Ю., Бабичева Д. П., Шевченко М. С., Фидирко Д. П. Социальные сети – новый способ коммуникации // Международный журнал экспериментального образования. 2014. №6-1. С. 126-127.

References:

1. Baranov, V. N. (2010). Sotsial'nye seti. *Transportnoe delo Rossii*, (12), 232-234. (in Russian).

2. Burko, R. A., & Tereshina, T. V. (2014). Sotsial'nye seti v sovremennom obshchestve. *Molodoi uchenyi*, (7), 607-608. (in Russian).

3. Gubanov, D. A., Novikov, D. A., & Chkhartishvili, A. T. (2010). Sotsial'nye seti: modeli informatsionnogo vliyaniya, upravleniya i protivoborstva. Moscow. (in Russian).

4. Dikov, A. V. (2012). *Internet i Veb 2.0*. Moscow. (in Russian).

5. Duzhnikova, A. S. (2010). Sotsial'nye seti: sovremennye tendentsii i tipy pol'zovaniya. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*, (5 (99)), 238-251. (in Russian).

6. Kochkorova, G., & Borkoshev, M. (2025). Formation of Legal Knowledge in Future Teachers in the Field of Environmental Protection. *Bulletin of Science and Practice*, 11(2), 480-488. (in Russian). <https://doi.org/10.33619/2414-2948/111/60>

7. Kochkorova, G. (2023). Formation of Ecological Culture of Students as a Pedagogical Problem. *Bulletin of Science and Practice*, 9(5), 507-511. (in Russian). <https://doi.org/10.33619/2414-2948/90/66>

8. Omelyanchuk, S. Yu., Babicheva, D. P., Shevchenko, M. S., & Fidirko, D. P. (2014). Sotsial'nye seti – novyi sposob kommunikatsii. *Mezhdunarodnyi zhurnal eksperimental'nogo obrazovaniya*, (6-1), 126-127. (in Russian).

Работа поступила
в редакцию 21.01.2025 г.

Принята к публикации
29.01.2025 г.

Ссылка для цитирования:

Кочкорова Г. А. Социальные сети и экологическое просвещение // Бюллетень науки и практики. 2025. Т. 11. №3. С. 485-493. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/112/61>

Cite as (APA):

Kochkorova, G. (2025). Social Networks and Ecological Education. *Bulletin of Science and Practice*, 11(3), 485-493. (in Russian). <https://doi.org/10.33619/2414-2948/112/61>