

ЭДЬЮТЕЙНМЕНТ: ОТ ТЕЛЕВИЗИОННОГО ФОРМАТА ДО СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРАКТИК

Авторы в статье предпринимают попытку сформулировать определение понятия «эдьютейнмент», рассматривают этапы становления эдьютейнмента от телевизионного формата до современных социальных и образовательных практик.

Ключевые слова: эдьютейнмент, медиакультура, инфотейнмент, технотейнмент, образовательный процесс, обучение, образовательное развлечение, развлекательное образование.

The authors in the article will attempt to formulate a definition of «edutainment», considering the stages of formation of edutainment from TV format to contemporary social and educational practices.

Keywords: edutainment, media culture, infotainment, tehsnotainment, educational process, training, educational, entertainment, entertainment education.

Сегодня одним из популярнейших телевизионных форматов во всем мире является инфотейнмент. Появившись в 1980-х годах в США, данная форма подачи информации стала широко применяться повсеместно, быстро адаптируясь к традициям, культурам, разных регионов и стран.

Инфотейнмент – вновь выработанный формат подачи новостных и других видов информации в развлекательной форме, иногда с элементами театрализации и игрового начала или с раз-

* ХАНГЕЛЬДИЕВА Ирина Георгиевна – доктор философских наук, декан факультета «Предпринимательства в культуре», заведующая кафедрой прикладной культурологии и социокультурного менеджмента Международного университета в Москве, профессор кафедры культурологии ИППК Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, г. Москва, Россия (e-mail: ikh2006@yandex.ru).

HANGELDIEVA Irina G. – Ph.D. (Theory and History of Culture), Dean of the Faculty «Entrepreneurship in Culture», Head of the Department of Applied Cultural and Social and Cultural Management of the International University in Moscow, Professor, Department of Cultural Research Training Institute of the Moscow State University, Moscow, Russia (e-mail: ikh2006@yandex.ru).

** БОГДАНОВА Евгения Михайловна – аспирант кафедры культурологии ИППК Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова, г. Москва, Россия (e-mail: ikh2006@yandex.ru).

BOGDANOVA Eugene M. – postgraduate student, Department of Cultural Research Training Institute of the Moscow State University, Moscow, Russia (e-mail: ikh2006@yandex.ru).

личными их оттенками. Он характерен для различных видов СМИ: ТВ, пресса, радио и Интернет, но в наибольшей степени для электронных форм репрезентации информации.

Инфотейнмент сегодня становится более заметным явлением и не только в медиакультуре, но и в культуре в целом. Медийная составляющая в современном обществе активно развивается и не может существовать автономно от культурного процесса в целом. В связи с чем, инфотейнмент становится заметным социокультурным явлением и представляет собой результат интеграции: информации, в ее эстетизированных форм репрезентации, инновационных средств массовых коммуникаций, возникших и укоренившихся на рубеже XX–XXI вв. и различных элементов развлекательности как особой ценностной характеристики массовой культуры постиндустриального общества.

Сегодня инфотейнмент продуктивно рассматривать в широком и узком смысле. В широко – в рамках культуры в целом, в узком в границах медиакультуры, ядром которой до последнего времени все-таки остается телевидение. Современное телевидение является правообладателем практически всех форм и форматов актуализации инфотейнмента. Именно на телевидение появилось все многообразие форматов, жанров и субжанров телевизионных продуктов, которые стремительно развивались в его лоно, а сегодня выходят в другие культурные пространства.

Под воздействием инфотейнмента в культуре возникает ряд социальных практик, построенных именно на принципах инфотейнмента. К ним можно отнести политейнмент, бизнестейнмент, эдьютейнмент, технотейнмент. Важным моментом в развитии инфотейнмента является то, что он представляет собой важное звено, через которое осуществляется активное взаимодействие массовых и немассовых форм культурных практик.

Например, одним из самых популярных на сегодняшний день субжанров инфотейнмента является эдьютейнмент – формат развлекательных программ, созданный для обучения зрителей. Таким образом, инфотейнмент перерастает границы журналистики и перетекает в культуру в целом, так как технологии эдьютейнмента достаточно широко используются сегодня в практике образования и не только на телевидении.

Термин эдьютейнмент представляет собой транслитерацию английского слова *edutainment* – контаминацию слов *education* и *entertainment* – образование и развлечение.

Представляется проблематичным сформулировать четкое определение данного понятия в виду его малой изученности в

научном сообществе как зарубежном, так и отечественном. В настоящей статье сделана попытка осмысления и определения феномена эдьютейнмента.

Эдьютейнмент – формат образовательного процесса, при котором образовательно-информационный материал представлен с привлечением развлекательных методик, зачастую с использованием информационных технологий. Его образовательная сущность может быть отнесена как к официальному обучению в различных образовательных учреждениях, так и к неформальному несистематизированному обучению, встречающемуся в различных контекстах повседневности.

В более узком смысле под эдьютейнментом понимают формат телевизионных программ и программное обеспечение образовательного толка.

Несмотря на факт появления и распространения термина в начале 1990-х годов, аналогично инфотейнменту, само явление возникло задолго до его научного осмысления. В древности различные ритуализированные практики использовались с полифункциональными целями и были связаны не только с воспитательным началом, но во многом и образовательным. Ритуализированные формы находились в пограничной зоне между усвоением необходимых ценностей и житейских навыков, без которых, древний человек не мог обойтись. Подчас такие полифункциональные формы включали в себя не только идеи серьезного, но и элементы несерьезного (развлекательного), что в определенной степени позволяло сделать указанный процесс более доступным для усвоения жизненных правил и норм поведения членов первобытного общества. Подобные формы просматриваются и в мифологии древних культур. Позднее пророки неслучайно весьма часто использовали такую универсальную форму подачи информации как притчи для иллюстрации религиозных догматов, в которых многозначность образного содержания наполнялась мощным эмоционально-психологическим зарядом. В фольклорном творчестве, например, сказках и легендах также использовался принцип сочетания несочетаемого, для того чтобы наиболее ярко воплотить морально-нравственные смыслы и наставления. Подобным примерам нет числа в истории человеческой культуры. Можно эту же идею проиллюстрировать более поздним примером. В 1943-45 годах главой американских военно-воздушных сил специально для мультипликационного фильма «PrivateSnafu» был создан образ солдата, не предпринимавшего подобающие в военное время меры безопасности и попадающего вследствие этого в различные передраги. В данном образе одновременно демонстрировались

необходимые в той или иной ситуации действия: уроки по обеспечению секретности, предохранительным мерам против различных заболеваний приемы и технологии по предотвращению расовых конфликтов. Таким образом, посредством развлекательного мультипликационного фильма проводилось наглядное инструктирование солдат американской армии. Важно отметить, что названный фильм имел наивысшую популярность у солдат в течение долгого времени. Другой, знаменитый на весь мир, пример применения формата эдьютейнмент представляет собой детская образовательная телепередача «Улица Сезам», впервые вышедшая в эфир в 1969 году на канале американского общественного вещания PBS. В СССР одним из популярнейших образовательных мультипликационных фильмов был «Маззи в Голдолэнде», благодаря которому юные зрители могли приобщиться к английскому языку.

Аналогично, другие учреждения культуры применяют формат эдьютейнмента для привлечения посетителей: зоопарки, музеи искусства и науки, планетарии, тематические парки и другие являются наглядными примерами мест проведения досуга, где наряду с образовательными практиками посетители также реализуют развлекательные.

Трансформация ценностей была вызвана изменениями в экономической сфере, что связано с увеличением во много раз количества людей, занятых в управленческих областях за вторую половину XX века [1].

В своей работе «Это эдьютейнмент» Рэнди Уайт выявил зависимость количества затраченных на развлечение средств от степени образованности: траты на развлечения являются производным от степени образованности и доходов человека. В 2001 году в США среднестатистическая семья, главы которой имели среднее образование и доход около \$37 800 в год, тратила \$276 на развлечения вне дома. Семьи, возглавляемые специалистами с дипломом о высшем образовании и доходом около \$ 70 100 в год, тратили \$993 на развлечения подобного типа; и семьи магистров, зарабатывающих \$86 700 в год, тратили на такие развлечения \$1229. Таким образом, существуют предпосылки утверждать о значительном потенциале эдьютейнмент рынка [2].

Исследователи в области образования Сарри Валлден и Анне Соронен в своей работе «Эдьютейнмент. От телевидения и компьютеров до цифрового телевидения» описывают опасения, царящие среди некоторых преподавателей и авторов, о сдвиге от вертикального глубокого знания (глубокой мудрости) к горизонтальной широте взглядов (несвязанных обрывков информа-

ции), что ведёт к недостатку целостности и последовательности в культурном понимании.

Изучение есть психологический процесс, происходящий в разуме, и сложные вопросы не могут быть постигнуты с лёгкостью и простотой, за редкими исключениями. В контексте эдьютейнмента развлечение или увеселение рассматриваются в качестве неотъемлемой ценности исключительно в случае пользы их наличия для обучения. Одновременно эдьютейнмент не обязательно должен быть «весёлым и развлекательным», но всегда – «интересным и развлекательным». Такой подход пойдёт на пользу процессу образования [3]. Также, полагают исследователи, что в связи с аккумуляционной природой знания и возможностью его всё увеличивающегося накопления, благодаря стремительным технологическим усовершенствованиям происходит процесс увеличения неравенства информационной дистрибуции и распространении знаний как по всему миру, так и в национальном масштабе. Эдьютейнмент как определенная технология способен воздействовать на данную ситуацию и привести к уменьшению данного разрыва, поскольку есть основания предполагать, что постижение материала в формате эдьютейнмента является более органичным для человека, особенно молодого по сравнению с традиционными формами обучения. По мере увеличения когнитивных знаний и медиа-грамотности обучаемого могут применяться также методы обучения, требующие более продвинутой аудитории.

Вследствие стремительного усовершенствования информационных технологий процесс обучения как формального, так и неформального типов всё чаще переходит на дистанционную форму обучения и самообразования. Вероятно, в ближайшем будущем всё интенсивнее будет применяться формат неформального, более свободного стиля образовательного процесса. Выше перечисленные факторы позволяют сделать вывод о необходимости личной заинтересованности обучаемого в процессе обучения в качестве мотивации. В связи с растущей долей влияния развлечения на многие сферы культуры, и, следовательно, большего воздействия инфотейнмента на сферу образования в том числе, существуют предпосылки прогнозировать возрастающую роль эдьютейнмента.

Необходимо отметить, что в связи с процессом глобализации и увеличивающихся потоков иммиграции в мире формат эдьютейнмента может быть широко применён в процессе инкультурации и обучения иммигрантов, а также малообразованных слоёв населения.

В процессе создания образовательного материала в формате эдьютейнмент необходимо определить его целевую аудиторию, потребности и предпочтения данной аудитории. Следует определить возрастную группу, её основные интересы в проведении свободного времени, степень увлечённости компьютерными играми и Интернетом, просмотром телевизионных передач. Например, в случае подготовки материала для молодёжи до 18 лет больше внимания следует уделить рассмотрению образовательных компьютерных игр и он-лайн уроков, то же может относиться и к молодым людям более старшего возраста, активно использующих сеть Интернет в повседневной жизни; Относительно женской аудитории среднего возраста и старше следует ориентироваться скорее на создание образовательно-развлекательного телевизионного продукта. В ближайшем будущем прогнозируется интенсивное развитие интерактивного телевидения в этом направлении.

Обучение – это всегда процесс усваивания каких-либо знаний, навыков, умений.

Согласно Сарри Валлден и Анне Соронен, учение может быть классифицировано по контексту и назначению следующим образом:

Формальное учение реализуется в образовательных и учебных центрах, завершается получением признанных дипломов и квалификаций, при этом используются структурированные и организованные обучающие практики.

Неформальное учение имеет место при официальных системах образования и обучения и обычно не завершается получением формализованного свидетельства. Неформальное учение может быть представлено на рабочем месте, а также посредством деятельности общественных организаций и гражданских групп (например, молодёжными организациями, профсоюзами и спортивными клубами). Неформальное учение может также осуществляться учащимся самостоятельно.

Свободное учение описывает постоянный процесс овладения индивидами навыков, знаний, осмысления ценностей и формирования мировоззрения посредством приобретения ежедневного опыта, воспитательного воздействия семьи и окружающих, с помощью рабочей и игровой деятельности и масс-медиа («учиться всю жизнь»).

Случайное учение (дополнительное) происходит, когда во время повседневной рутинной деятельности индивид познаёт что-либо, ранее непредполагаемое быть изученным [4].

По другой классификации, обучение может быть классифицировано на когнитивное (познание), аффективное (эмоции) и психомоторное (навыки).

В связи с субъективным характером восприятия развлечения в отношении эдьютейнмента более эффективным будет получение учащимся удовольствия или положительного опыта в процессе восприятия формата эдьютейнмент. Следовательно, одной из главных задач эдьютейнмента становится обеспечение удовольствия реципиенту в процессе обучения, что может быть выражено, например, посредством:

- интересного содержания предлагаемого материала;
- удовлетворения от самостоятельного решения какой-либо задачи;
- социального взаимодействия с другими учащимися;
- прогресса в обучении;
- мотивирующего, представляющего смысл для учащегося материала, родственного к практическому аспекту его жизни.

Валлден и Соронен добавляют, «подразумевая телепрограммы, слово «развлечение» обычно используется в отношении программ, стиль которых содержит контент, представленный посредством использования признаков и средств некоторых жанров, например, ситуационной комедии, сериала, викторины или ток-шоу. Хотя зрители могут по-своему считывать тексты данных программ и давать им собственную интерпретацию, в данном случае слово «развлечение» относится к передачам, предназначенным продюсером быть занимательными и /или забавными» [5]. В случае успеха программы формата эдьютейнмент зрителям доставляет удовольствие привлекательная репрезентация поставленного в теме вопроса. Главной задачей является активизировать учащегося и наладить взаимодействие между ним и образовательным материалом, что подчиняется принципам конструктивизма.

Необходимо подчеркнуть, что эдьютейнмент предоставляет приоритет образованию перед развлечением. Перед эдьютейнмент-программами стоит ясная образовательная цель, реализуемая посредством развлекательных методик, чем они во многом отличаются от непосредственно инфотейнмента, часто предоставляющего отдельные факты без соответствующего контекста и не преследующего образовательной цели.

Основной характерной чертой телепрограммы в формате эдьютейнмент является образовательная цель её производства, также могут присутствовать другие образовательные элементы такие, как определение какой-либо задачи, возможность ответа,

оценка и, как минимум, относящееся к материалу имплицитное взаимодействие. Другая характерная черта, отличающая эдьютейнмент – это применение описательного подхода.

Эдьютейнмент представляет собой альтернативный вариант традиционному образованию.

Эдьютейнмент может быть классифицирован по цели и содержанию, по целевой аудитории (см. рис. 1).



Рисунок 1.

Также возможны и другие варианты классификации, например, по содержанию.

При создании эдьютейнмент-материала возникает ряд трудностей, одна из которых представляет собой сохранение баланса между обучением и развлечением. Желаемой целью является реализация не слишком развлекательного и одновременно не слишком утомительного образовательного материала. Например, в играх образовательный и игровой элементы могут быть отделены друг от друга настолько, что учащийся, выполняя задачи игры, не будет воспринимать образовательный материал; в данном случае развлечение замещает обучение – главную цель эдьютейнмента. Ларс Конзак выразил актуальную мысль: «Несмотря на то, что нас развлекают, и мы ценим это, или можем развлекаться сами, эдьютейнмент должен стремиться к образованию»[6].

В прежние времена проводимый досуг в свободное время воспринимался в качестве компенсации за тяжёлую работу. В

противовес работе отдых и досуг ассоциировались с отсутствием какой-либо практической пользы. На сегодняшний день, когда люди преимущественно работают, чаще используя свой разум, нежели тело, редкое, но высоко ценимое, время досуга они используют отлично от своих предшественников; их отношение к способу проведения свободного времени кардинальным образом переменялось. В современном обществе люди всё чаще воспринимают досуг в качестве возможности усовершенствовать себя и своих детей, сделать что-либо стоящее, чем попросту расслабляться и предаваться развлечениям.

Эдьютейнмент может иметь две формы реализации (см. рис. 2).

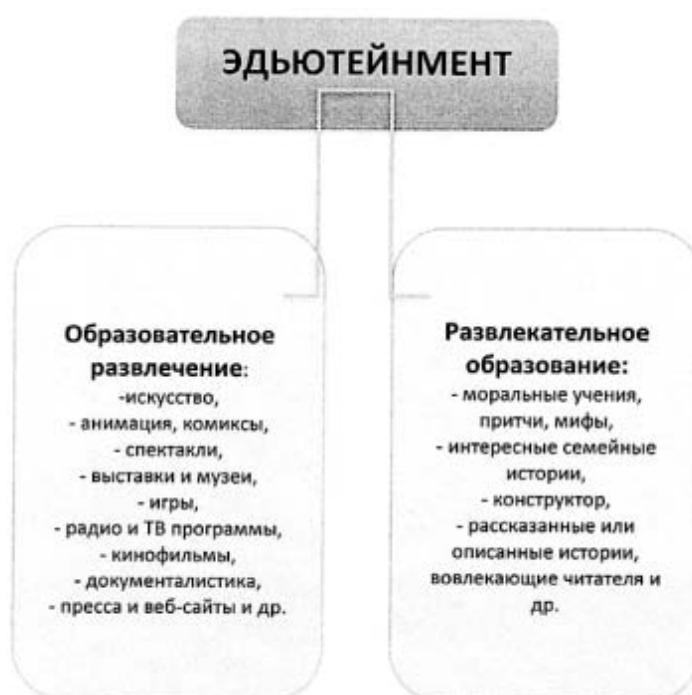


Рисунок 2.

Образовательное развлечение – это развлечение, созданное с развлекательной целью, с включениями образовательной информации или образовательной темы в определённой области.

В широком смысле любое вовлечение развлекательных медиа или мультимедиа в образовательный процесс может рассматриваться в качестве эдьютейнмента.

Развлекательное образование – включающее или сфокусированное на развлекательном материале образование. Такой подход к образованию весьма эффективен, так как сегодня он широко используется в различных областях человеческой жизни.

недеятельности и особенно в бизнесе. Это связано с тем, что бизнес наиболее чувствителен инновациям, которые способны принести ему, если не прямую прибыль, то сделать его более успешным, например, с точки зрения репутации и имиджа. Поэтому подобные форматы проведения образовательного процесса часто эксплуатируются в престижных бизнес-школах мира. А сегодня, когда особый статус приобретает креативный класс, для которого формы самовыражения и самореализации, свобода творчества, психологический комфорт и передовые условия профессиональной деятельности иногда значительно важнее уровня финансового вознаграждения, то роль эдьютейнмента приобретает особое значение во внутрикорпоративном пространстве и сознании.

В России термин эдьютейнмент преимущественно используется для описания новой формы развлекательно-образовательного досуга. Например, электронный ресурс «Theory&Practice» («Теории и практики») репрезентуется следующим образом: «это платформа для обмена знаниями. Мы создаем среду для тех, кто ищет знания и хочет ими делиться» [7]. Местом для проведения различных лекций и встреч может стать любое пространство: ресторан, бар, галерея, кафе, студии, офис или парк и т.д. данный ресурс соединяет информацию о подобных событиях, размещает расписание проведения подобных мероприятий ежедневно в Москве, Санкт-Петербурге и Копенгагене. Следует отметить, что только продвинутые неформальные группы и целевые аудитории используют данный подход, но и официальные представители различных правительственных структур. В частности, один из последних примеров. Правительство Москвы стало использовать для активизации молодежи формат «Научных кафе». Департамент науки, промышленной политики и предпринимательства города Москвы использует формат «Научных кафе» для интенсификации обмена знаниями между ведущими научными специалистами, предпринимателями и молодежной средой в неформальной обстановке.

Популярность приобретают различные мастер-классы по разным видам рукодельного творчества, экскурсии и лекционные курсы как платные, так и бесплатные. В туристической области относительно продолжительный период времени востребованными являются «образовательные туры», сочетающие отдых и обучающие программы, например, по изучению иностранного языка.

Описанное выше распространение практики интеллектуального досуга и нового осмысления досуга в России вызвано ростом и формированием «среднего класса».

«При всех различиях сформировавшегося среднего класса, например, в США, и групп, считающихся отчасти аналогичными, – например, в России или в Бразилии – у них есть значимые черты сходства. Одна из них – высокая оценка образования – и шире вложений в себя, готовность использовать в этих целях существенные ресурсы: время, деньги. Отсюда появление спроса и даже моды на «досуговое» получение дополнительного образования, в том числе – не имеющее обозримых утилитарных задач, и на интеллектуальные развлечения. Ценность праздности для некоторых социокультурных групп уступает место ценности демонстративного потребления образовательных услуг и развивающего развлечения» [8].

Выше описанное свидетельствует, что область применения эдьютейнмента достаточно велика в настоящее время и в ближайшей перспективе в связи с ростом спроса на образование и будет только увеличиваться. Востребованность эдьютейнмента напрямую связана с развитием технических средств, появлением новых предложений и идей и более всего с тягой людей к самосовершенствованию.

Усовершенствование информационных технологий и мультимедиа средств в соединении с их применением в сфере культуры и искусства повлекло возникновение нового явления, получившего название технотейнмент. Данный термин представляет собой неологизм от английского *technotainment*, сочетание двух английских слов: *technology* – техника, технология и *entertainment* – развлечение.

Поскольку данное явление образовалось только в начале XXI века, концепция технотейнмента ещё не сформирована полноценно и не применяется настолько часто, как это происходит с инфотейнментом и эдьютейнментом.

Приведённый термин описывает определённый тип образовательного формата, в котором материал, репрезентируется в развлекательной форме с привлечением различных мультимедиа приёмов: анимации, звуковых, световых и других эффектов и т.д.

В качестве примера можно привести изобретение программистов компании Google, так называемый, виртуальный музей GoogleArtProject, включающий в себя более тысячи произведений искусства из 17 музеев мира, каждому из которых американская компания предоставила возможность бесплатно воспользоваться последними технологическими разработками. Выбранные самими музеями картины были сфотографированы в разрешении, тысячекратно превышающем разрешение

стандартного цифрового фотоаппарата для наилучшей передачи изображения, и размещены в «залах» воображаемого музея. Другую интересную возможность – гулять по виртуальным залам, поворачиваясь на 360 градусов, предоставила технология StreetView.

Помимо технических качеств данного проекта, Жан-Жак Айагон, директор Версальского дворца – единственного в списке проекта французского музея, видит в нем символическое значение: «С другими музеями-партнерами мы составляем что-то вроде одного огромного воображаемого музея, осуществляя, таким образом, одно из желаний Андре Мальро: позволить каждому иметь свой собственный воображаемый музей. Одной из главных наших мотиваций было, как раз, то, что миллионы Интернет-пользователей во всем мире смогут абсолютно бесплатно получить доступ к сокровищам Метрополитен-музея в Нью-Йорке, нью-йоркского Музея современного искусства, музея королевы Софии в Мадриде и других крупных музеев» [9]. Закономерно, что получив такой доступ к столь эксклюзивной информации любой пользователь Интернета, приобретает возможность заниматься самообразованием на уровне мировых стандартов.

Существует мнение, согласно которому формат эдьютейнмента появился в России в период кризиса 2008 года, когда многие люди испытывали острую нехватку финансовых средств для трат на активную развлекательную деятельность. Как правило, мастер-классы, устраиваемые в кафе или галерее, не требуют больших финансовых вложений для организаторов, следовательно, входная плата на них достаточно низка, либо отсутствует вообще. Плюс ко всему, данные мероприятия являются промо-акциями заведения и привлекает новых посетителей. Например, сеть кофеен Starbucks еженедельно устраивает кофе-семинары в различных кофейнях своей сети, на которых у посетителей есть возможность узнать больше о кофе в целом, различных его сортах, правильных способах приготовления и сервировки, а также продегустировать этот напиток. Семинары являются бесплатными и открытыми для всех желающих.

Сегодня с уверенностью можно сказать, что эдьютейнмент успешно прижился в России и интенсивно набирает обороты, завоёвывая всё больше любителей познавать новое таким образом. За счет своей гибкости, унаследованной от инфотейнмента, и низкой финансовой затратности, эдьютейнмент сегодня можно констатировать, что данная тенденция осуществляется не

только в крупных культурных центрах мира, но становится повсеместной формой, включая и российскую провинцию. Лозунг «Обучай – развлекая и развлекай – обучая» – становится сегодня актуальным как никогда, только надо помнить, что важно соблюдать золотую середину и не терять значимости образовательной составляющей. А примеры тому и весьма достойные существуют и в России, начиная с телевидения («Умницы и умники», «КВН», интеллектуальное казино «Что? Где? Когда?»...) и включая достижения в отечественном образовательном и культурном пространстве.

Использованная литература:

1. *White R.* That's edutainment. Kansas City, MO: White Hutchinson Leisure & Learning Group, 2003.
2. Ibid.
3. *Wallden S., & Soronen A.* Edutainment: From Television and Computers to Digital Television [Electron. resource]. – Access mode: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.105.7506&rep=rep1&type=pdf>. – (Access date: 03.06.13).
4. Ibid.
5. Ibid.
6. Ibid.
7. Theory&Practice [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://theoryandpractice.ru/about>. (Дата обращения: 03.06.13).
8. *Сакоян А.* Наука без скуки [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://polit.ru/article/2011/07/29/edutainment/>. (Дата обращения: 03.06.13).
9. *Строгонова А.* GoogleArtProject: великие музеи мира не выходя из дома [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russian.rfi.fr/node/46061>. (Дата обращения: 03.06.13).