

## Использование эдьютейнмента как rg-технологии

Научный руководитель – Гавра Дмитрий Петрович

*Наджафова Сабина Рамизовна*

*Студент (магистр)*

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра связей с общественностью в бизнесе, Санкт-Петербург, Россия  
*E-mail: sabina3566@mail.ru*

Проблема определения термина «эдьютейнмент» достаточно весома, поскольку сегодня понятие не имеет однозначной трактовки. Термин образован сложением двух английских слов: education (образование) и entertainment (развлечение). Термин «эдьютейнмент» был впервые использован в 1973 году британским зоологом Робертом Хейнманом, который описал этим словом документальные фильмы, подготовленные для Национального географического общества [2: 1232].

Сегодня при объяснении сущности понятия «эдьютейнмент» исследователи подчеркивают важность различных интегральных характеристик. Так, в частности, профессор Йенского университета имени Фридриха Шиллера (Германия) Кете Шнайдер утверждает, что образование, называемое развлекательным образованием (Educational entertainment - EE), представляет собой комплексный подход к обучению и информированию людей. В образовательной программе специально разрабатывается и реализуется медиа-сообщение, чтобы развлекать и обучать [5].

Доцент Корнелльского университета (США) Элиза Чан рассматривает эдьютейнмент как контент, содержащий развлекательную и образовательную компоненты, с которым потребители взаимодействуют, и из которого они получают субъективные впечатления [3: 190].

Исследователь актуальных образовательных технологий, доцент Загребского университета (Хорватия) Михаэла Банек Зорица определяет эдьютейнмент как любой тип развлекательной программы, которая в первую очередь предназначена для образовательных целей. Образовательная функция, выполняемая ею, может быть связана как с формальным обучением, так и с обучением в контексте повседневной жизни [7].

Отечественный исследователь, профессор Ольга Гнатюк понимает под эдьютейнментом «цифровой контент, соединяющий образовательные и развлекательные элементы. . . Информационная аудитория и анализ событий в нем максимально облегчен» [Гнатюк 2017: 65]. Однако мы не считаем данное определение в полной мере корректным: привязка эдьютейнмента сугубо к «цифровому контенту» - это сужение понятия.

Представим собственное определение понятия. В широком понимании, *эдьютейнмент - это образовательная технология, осуществляемая в развлекательной форме, итогом реализации которой является прирост компетенций аудитории в облегченном для ее понимания виде.*

В более узком смысле под эдьютейнментом можно понимать формат образовательно-развлекательных мероприятий, различных информационных ресурсов, программного обеспечения [1: 207].

Эксперты rg-рынка сегодня говорят [4] об особой актуальности эмотивно-развлекательного компонента в работе rg-специалиста. Они утверждают, что мир все больше управляется алгоритмами и электронными устройствами, и rg на этом фоне должен быть «человеческим», чтобы оставаться востребованным. Использование эдьютейнмента в качестве

vr-технологии, учитывая мнения практиков, нам кажется по-настоящему значимой идеей. Соответственно, отметим, что *в контексте vr эдьютейнмент - это vr-технология, осуществляемая в образовательно-развлекательной форме, итогом реализации которой является прирост компетенций аудитории при условии решения vr-задач базисного субъекта.*

На наш взгляд, исходя из самой сущности эдьютейнмента, он актуален прежде всего для задач, которые так или иначе связаны с 1) продвижением корпоративного имиджа; 2) контролем мнений целевой общественности и формированием паттернов поведения.

Сегодня многие международные компании используют технологию эдьютейнмент, чтобы увеличивать бренд-лояльность. Показательный пример - приложение The Ant Forest на базе платежной платформы Alipay, которое способствует распространению экологического образа жизни. Сегодня Alipay - одна из ведущих в КНР платформ онлайн-платежей. Пользователи Alipay получают баллы в The Ant Forest за действия, снижающие выбросы углекислого газа, например, за использование общественного транспорта вместо личного. Образовательная компонента приложения состоит в информировании пользователя различными способами о том, как юзер может снизить потенциальный персональный вред окружающей среде. Благодаря игровой валюте растет виртуальное дерево. Когда количество баллов достигает порогового уровня, дерево становится реальным: его сажают в провинциях Китая.

Современные аудитории безусловно приветствуют, когда компании вносят свой вклад в решение экологических проблем, а банковские операции с так называемым социальным значением можно назвать актуальным трендом. Alipay не просто заявляет, что посадит дерево - платформа транслирует этот процесс, чтобы пользователи в реальности смогли убедиться в плодотворности своих усилий. Такая механика повышает лояльность пользователя к базисному субъекту, так как компания совершенно добровольно принимает дополнительные меры, способствующие улучшению качества жизни пользователя и местного сообщества в целом.

Китайские исследователи замечают, что приложение действительно вдохновило многих пользователей мобильных платежей на низкоуглеродный образ жизни. В мае 2017 года в Ant Forest было около двухсот миллионов пользователей, что эквивалентно 3% населения мира [6].

Таким образом, рассмотренный кейс безусловно проявляется себя в контексте vr-технологий: игровое обучение в нем непосредственно связано с возвращением лояльного отношения к бренду.

### Источники и литература

- 1) Хангельдиева И.Г. Эдьютейнмент: от телевизионного формата до современных социальных и образовательных практик // Культура и образование в современном обществе: стратегии развития и сохранения. 2013. С. 206-218
- 2) Aksakal N. Theoretical view to the approach of the edutainment // Procedia-Social and Behavioral Sciences. 2015. P. 1232-1239
- 3) Chan E. The role of personal relevance in the value creation process of edutainment consumption // Journal of consumer behaviour. 2019. №. 3. С. 190-204. URL: <https://proxy.library.spbu.ru:2150/doi/full/10.1002/cb.1757> (дата обращения: 05.01.2020)
- 4) Media update: <https://www.mediaupdate.co.za/publicity/147545/five-pr-trends-to-look-out-for-in-2020> (дата обращения: 04.01.2020)
- 5) Schneider K. How to Promote Entrepreneurial Identity through Edutainment? // Journal of Entrepreneurship Education. 2019. №22 (3) URL: <https://proxy.library.spbu.ru:3123/p>

[s/i.do?p=ITOF&u=stpe&id=GALE|A603152564&v=2.1 &it=r&sid=summon](https://i.do?p=ITOF&u=stpe&id=GALE|A603152564&v=2.1&it=r&sid=summon) (дата обращения: 05.01.2020)

- 6) Xiuqi Y. Ant Forest: from virtual trees to real forests. 2017. URL: <http://chinaplus.cri.cn/mychina/life/35/20171027/44853.html> (дата обращения: 04.01.2020)
- 7) Zorica M. Edutainment at the higher education as an element for the learning success // Proceedings of edulearn14 Conference. 2014. С. 4089-4097.