

Секция «11.8 Инновационные коммуникации в креативных индустриях»

Приёмы эдьютейнмента в православном просвещении (на материале интернет-проекта Orthodox House)

Научный руководитель – Гапутина Виолетта Александровна

Коваленко Ксения Александровна

Студент (бакалавр)

Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, Москва, Россия

E-mail: kovaljs05@gmail.com

За последние 6 лет образовательные технологии претерпели радикальные изменения. В их числе обусловленное пандемией COVID-19 переключение процессов в онлайн-формат; создание инновационных подходов, которые отвечают запросам информационного общества: «Процесс обучения сопровождается стремительным увеличением потоков информации, которую необходимо обрабатывать очень быстро... но времени на её получение, обработку и усвоение остаётся всё меньше» [n4]. Ответом на вызовы современности стал эдьютейнмент (от сочетания слов educate, обучать, и entertain, развлекать) – «концепция, сочетающая образовательный контент с развлекательными техниками, призванными привлечь внимание учащихся и облегчить процесс обучения» [n3]. Рассматривая этот подход совместно с геймификацией и персонализированным обучением, исследователи характеризуют приёмы эдьютейнмента как «определённо многообещающие» [n4] и способные «существенно повысить эффективность обучения благодаря активизации познавательной деятельности учащихся, стимулировать интерес к изучению языка посредством эмоциональной вовлеченности участников образовательного процесса в игровую деятельность» [n1].

В данном исследовании впервые ставится вопрос о целесообразности использования эдьютейнмента в православном просвещении. Актуальность, помимо востребованности образовательной технологии, обусловлена ростом популярности православия в России: по данным опроса ВЦИОМ от 24 июня 2025 года, доля молодых людей, которые считают себя православными, выросла с 25 до 45%. Цель исследования – выявить успешные примеры внедрения приёмов эдьютейнмента. Материалом послужил контент интернет-проекта Orthodox House (публикации во всех социальных сетях – Вконтакте, Telegram и МАХ, – полностью идентичны) за февраль 2026 года.

Публикации создаются с учётом особенностей целевой аудитории – православной молодёжи. Само название – это языковая игра на основе центрального образа евангельской притчи о «доме, построенном на Камне». Согласно типологии М.В. Терских, авторы выбирают неформальный tone of voice: «Все тексты, даже на серьезные темы, пишутся на простом и понятном для аудитории языке» [n2]. Так, для публикаций характерен сленг («фишка», «залипнуть», «плюшки», «прайм-эра»), эмодзи, апелляция к новейшим прецедентным текстам («Ты адекватный? А ничо тот факт, что...» – популярная формула коротких видео; «эспрессо-макиато-макиато-макиато-пор-фаворе» – хит исполнителя Tommy Cash), популярным медиапродуктам и товарам (постеры сериалов «Великолепный век», «Игра престолов» и вселенной Marvel; упоминание латте на кокосовом молоке как собирательный образ стереотипов о поколении Z). Простое и лаконичное повествование сочетается с цитированием молитв и религиозных текстов на церковнославянском языке.

Связь с молодёжью прослеживается и на ценностном уровне. Православные истины доносятся до аудитории в свете наиболее актуальных для неё тем. Сообщество откликается на ключевые медиаинфоповоды (православные валентинки ко Дню Святого Валентина) и тренды (рассуждение о связи между осознанным потреблением и добродетелью нестяжания).

Для наиболее эффективного закрепления знаний о православии и вовлечения аудитории внедряются современные медиаформаты: короткие видео, тематические обои (с календарём православных праздников на месяц, молитвами, цитатами из Священного Писания) рубрика-голосование «Какой ты сегодня. . .» («Какой ты блинчик на этой <сыропустной> неделе?»), челленджи (Критский челлендж, участники которого делятся фотографиями из храма и наиболее запоминающейся цитатой из Великого покаянного канона преподобного Андрея Критского), марафоны (Великопостный марафон по псалтыри в форме закрытого сообщества, где публикуются главы для ежедневного чтения, толкования, авторские комментарии и викторины для самопроверки), подборки («5 способов служить в малом») и информационные карточки. Кроме того, учитывается и сокращённый объём внимания (shortened attention span), который, согласно исследованиям Калифорнийского университета в Ирвайне, не превышает 40 секунд: дочитать публикацию до конца побуждают кликбейтные заголовки («Время разбивать младенцев о камень!» – о 136 псалме) самая важная информация выделяется жирным шрифтом, текст делится на абзацы не длиннее двух предложений, имплицитные призывы к действию вербализуются в мемах («Беги на службу проверять, что там с младенцами»).

Итак, соответствие языку, интересам и проблемам молодых людей, а также интеграция популярных медиаформатов представляются наиболее эффективными приёмами эдьютейнмента для православных просветительских проектов. Эти инструменты позволяют выстроить баланс между стимулированием интереса к христианской тематике и уважением к священным текстам. Благодаря инновационной образовательной технологии учение о слове Божьем успешно внедряется в диджитал-пространство. А интерактивные инструменты становятся основой для формирования нового сообщества православной молодёжи, продолжившего традицию парикий, собраний изгнанных из Израиля иудеев в доме пророка Иезекииля и приходов отдельно взятых храмов.

Источники и литература

- 1) Дьячкова И.Н. Обучение приемам эдьютейнмента будущих преподавателей русского языка как иностранного на педагогической практике // Педагогика. Вопросы теории и практики. 2025. Т. 10. No. 12. С. 2096-2103.
- 2) Терских М.В. Специфика вербального брендинга: tone of voice в SMM-коммуникациях // Вестник Омск. гос. пед. ун-та. Гуманитарные исследования. 2024. No. 2 (43). С. 136-142.
- 3) Karabayeva M.T. Edutainment: the role of entertainment in enhancing learning // Yil tadqiqotchisi. 2026. Т. 1. No. 1. С. 184-190.
- 4) Yukhmina Y.A., Obvintseva N.V. Edutainment technologies in foreign language teaching at university // Международный научно-исследовательский журнал. 2023. No. 1 (127) С. 1-4.