

**Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра стилістики та мовної комунікації**

**СТИЛІСТИКА ЕДЬЮТЕЙНМЕНТУ
В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРИ**

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «бакалавр»
студентки 4 курсу бакалаврату,
галузь знань 03 Гуманітарні науки,
спеціальність – 035 Філологія / 035.01,
освітня програма «*Українська мова і
література та західноєвропейська мова*»
Владислави Вадимівни КРИЩУК

Науковий керівник:
к.філол.н., доц. Дмитро ДЕРГАЧ

«Допущено до захисту»

Протокол засідання

кафедри стилістики та мовної комунікації

протокол № ___ від «___» _____ 2024 року

завідувач кафедри _____ (підпис)

д.філол.н., проф. Лариса ШЕВЧЕНКО

КИЇВ
2024

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	6
ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. Природа формату едьютейнмент в інформаційному просторі	
1.1. Теоретичне осмислення едьютейнменту.....	8
1.2. Едьютейнмент як сучасний інструмент навчання: актуальність та оцінка аудиторією.....	9
1.3. Розвиток едьютейнменту в контексті динаміки телевізійного простору.....	19
Висновки до першого розділу	21
РОЗДІЛ 2. Аналіз інноваційних освітніх платформ і проєктів у контексті едьютейнменту	
2.1. Аналіз освітньої платформи Дія.Освіта як інноваційного інструменту едьютейнменту.....	24
2.2. Аналіз освітньо-розважального проєкту «Колайдер»	28
Висновки до другого розділу	30
РОЗДІЛ 3. Формат едьютейнменту в українських шоу.	
3.1. Реалізація едьютейнменту в шоу «Я люблю Україну».....	32
3.2. Реалізація едьютейнменту в шоу «Солов'їне шоу».....	35
3.3. Реалізація едьютейнменту в шоу «Розкажи історію».....	40
Висновки до третього розділу	43
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	47
ДОДАТКИ	51

АНОТАЦІЯ

Робота присвячена дослідженню едьютейнменту як важливого явища сучасного українського медіапростору. У контексті глобалізації, стрімкого розвитку інформаційних технологій та зміни споживацьких пріоритетів він набуває все більшої актуальності. Едьютейнмент поєднує в собі освітні та розважальні елементи у медійних продуктах, відкриваючи широкі можливості для передачі знань, розвитку навичок та формування цінностей в цікавій формі. Це явище не лише залучає аудиторію до освітнього процесу, але й сприяє більш глибокому засвоєнню матеріалу завдяки інтерактивності та емоційному залученню.

Об'єктом дослідження є медіаплатформи та шоу, які є відображенням явища едьютейнмент, а предметом - вплив лінгвостилістичного ресурсу едьютейнменту на мовну свідомість та розвиток суспільства.

Методологічний підхід базується на лінгвістичному й соціолінгвістичному спостереженні, функціонально-стилістичному аналізі та описі застосування цих методів, що дозволило глибоко проаналізувати лінгвостилістичні особливості медійних продуктів, виявити основні прийоми, які використовуються для створення цікавого та водночас освітнього контенту, а також дослідити вплив цих прийомів на аудиторію.

Результати дослідження розкривають особливості едьютейнменту в українському контексті та вказують на його позитивний вплив у медійній практиці та освітніх процесах, пропонуючи рекомендації для його ефективного використання. Аналіз також показав, що едьютейнмент може бути ефективним інструментом для формування мовної свідомості та культурних цінностей.

Основні висновки роботи вказують на необхідність ширшого впровадження едьютейнменту в українському медійному просторі як засобу впливу на формування свідомого, освіченого та культурного суспільства.

Пропонуються рекомендації для створення якісного контенту, який поєднує освітні та розважальні елементи, а також стратегії для залучення аудиторії та підвищення ефективності освітніх програм через медіа.

Ключові слова: едьютейнмент, український медіапростір, лінгвістичне спостереження, описовий метод, пізнавальна функція, освітній контент, мовна свідомість, критичне мислення, культурні цінності.

ABSTRACT

The work is dedicated to the study of edutainment as an important phenomenon in the modern Ukrainian media space. In the context of globalization, the rapid development of information technologies, and changing consumer priorities, it is becoming increasingly relevant. Edutainment combines educational and entertaining elements in media products, offering broad opportunities for knowledge transfer, skills development, and value formation in an engaging form. This phenomenon not only engages the audience in the educational process but also facilitates deeper material comprehension through interactivity and emotional involvement.

The object of the study is media platforms and shows that reflect the phenomenon of edutainment, while the subject is the impact of the linguistic-stylistic resources of edutainment on linguistic consciousness and societal development.

The methodological approach is based on linguistic observation, functional and stylistic analysis, and descriptive methods. The application of these methods allowed for a deep analysis of the linguistic-stylistic features of media products, identifying the main techniques used to create both interesting and educational content, and examining the impact of these techniques on the audience.

The results of the study reveal the characteristics of edutainment in the Ukrainian context and indicate its positive impact on media practice and educational processes, offering recommendations for its effective use. The analysis also showed

that edutainment can be an effective tool for shaping linguistic consciousness and cultural values.

The main conclusions of the work point to the necessity of a wider implementation of edutainment in the Ukrainian media space as a means of influencing the formation of a conscious, educated, and cultured society. Recommendations are proposed for creating quality content that combines educational and entertaining elements, as well as strategies for engaging the audience and enhancing the effectiveness of educational programs through media.

Keywords: edutainment, Ukrainian media space, linguistic observation, functional and stylistic analysis, descriptive method, cognitive function, educational content, linguistic consciousness, critical thinking, cultural values.

ВСТУП

Сучасний український медіапростір постійно переживає значні трансформації під впливом глобалізації, швидкого розвитку інформаційних технологій та зміни споживацьких пріоритетів. Однією з основних тенденцій, яка набуває все більшої актуальності, є поширення методики едьютейнменту - поєднання освітніх та розважальних елементів у медійних продуктах. Ця нова форма комунікації між споживачами та медіа відкриває широкі можливості для передачі знань, розвитку навичок та формування цінностей в цікавій формі.

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що едьютейнмент є важливим феноменом сучасного медіапростору, який знаходиться в активному процесі розвитку та має вплив на спосіб сприйняття інформації реципієнтом, формування освітнього простору та розвиток суспільства. Дослідження едьютейнменту в українському контексті дозволить краще розуміти особливості цього явища, також дозволить виявити позитивні та негативні наслідки його застосування і запропонувати рекомендації для ефективного використання в медіа-практиці та освітніх процесах.

Метою є дослідження лінгвостилістичної природи едьютейнменту в сучасному українському медіапросторі. Для досягнення цієї мети поставлені такі **завдання**:

- визначити дефінітивне наповнення поняття едьютейнменту;
- схарактеризувати розвиток едьютейнменту у світовому медіапросторі;
- проаналізувати лінгвостилістичний ресурс едьютейнменту в українському медіапросторі;
- дослідити впливу едьютейнменту на мовну свідомість масової аудиторії.

Об'єктом дослідження є природа комунікативного явища едьютейнменту.

Предметом дослідження є лінгвостилістичний ресурс едьютейнменту в українських масмедіа.

Методи дослідження: лінгвістичного спостереження, функціонально-стилістичного аналізу, соціолінгвістичного експерименту.

Матеріал: 9 випусків шоу «Я люблю Україну», 10 випусків шоу «Розкажи історію», 15 випусків шоу «Солов'їне шоу», 5 освітніх серіалів та 2 симулятори платформи Дія.Освіта, 7 випусків шоу «Колайдер».

Структура роботи: вступ, три розділи з висновками до кожного з них, загальні висновки, список використаних джерел, додатки.

РОЗДІЛ 1.

Природа формату *едьютейнмент* в інформаційному просторі

1.1. Теоретичне осмислення едьютейнменту

Едьютейнмент є досить новим медіалінгвістичним поняттям, що поєднує розважальний та освітній аспекти. Це простежується навіть в семантиці терміну, який вміщує у собі комбінацію слів «education» (з англ. – освіта) та «entertainment» (з англ. – розвага). Розважальна освіта є досить невивченим явищем наукового знання, але при цьому є таким, що швидко розвивається та починає активно функціонувати в українському медіапросторі. Основним джерелом виступає освітня інформація, що виконує когнітивну функцію та розвиває світогляд аудиторії через фахове знання певної галузі.

Мета цього формату полягає в тому, щоб зробити навчання максимально цікавим та захопливим для аудиторії, при цьому розважальний складник тут не головний, а засіб залучення аудиторної уваги та можливість донести складну наукову інформацію доступно для рядового реципієнта. Тобто, головною ціллю є надати певні цінні знання споживачеві, утримуючи зацікавленість завдяки розважальним матеріалам [39]. Потреби та світоглядно-ціннісна специфіка людей постійно змінюється та встановлює вимоги до продукування освітнього контенту, саме тому, засоби масової комунікації мусять пристосовуватись до цих змін: виявляти потребу та продукувати ту інформацію, в якій є необхідність. Сучасний реципієнт є досить вимогливим та прискіпливим. Зважаючи на це, освіта має виконувати не лише свою основну функцію, задовольняючи базові потреби людей в процесі споживання інформації, а й сприяти зацікавленості у форматі цієї подачі. Саме тому, цікавим для нас є формат едьютейнменту, який виявляє себе у різноманітних програмах, шоу,

фільмах, серіалах, комп'ютерних іграх. Безпосередньо розвага є тим складником нашого життя, в якому відчувається чи не найбільша людська необхідність. Заради цього ми і дивимось різноформатні шоу та різножанрові кінострічки, проводимо час у соціальних мережах тощо. Але сучасна людина, окрім розваг, хоче проводити час з користю, бо люди зараз є досить багатофункціональними особистостями. Оскільки світ розвивається з неймовірною швидкістю, з'являється велика кількість інформації та нові види дозвілля, тому часу на отримання та засвоєння нових знань залишається небагато. Беручи до уваги цей факт, слід зауважити, що поєднання корисного та цікавого у вигляді розважальної освіти є досить раціональним вирішенням проблеми. Реципієнт має можливість задовільнити себе у емоційному плані, заповнити простори духовного та психічного життя [5, с.7]. Тобто, едьютейнмент є комунікативною відповіддю на потребу у розвагах, але при тому, це робиться з користю для себе. Якщо можна зробити процес навчання цікавішим та разом з тим ефективнішим, то чому б і ні?

Едьютейнмент виступає реакцією на основні тенденції сучасного суспільства: втеча від нудьги та безглуздості світу [5, с. 6]. Одним із найважливіших складників функціонування едьютейнменту є привернення уваги реципієнта, що виявляється у використанні: візуальних, слухових, мовних, інтерактивних способів. Ці складники відіграють значну роль у бажанні людини навчатись протягом довгого проміжку часу та сприймати інформацію, адже найважливішим показником успішності реалізованого проекту різного формату едьютейнменту це зацікавленість людини дивитись його з певною періодикою та застосування своїх знань на практичному рівні.

1.2. Едьютейнмент як сучасний інструмент навчання: актуальність та оцінка аудиторією

Едьютейнмент часто пов'язують з форматом, який впроваджується в навчальний процес лише в школах та університетах, зосереджуючись на дітях та підлітках. Оскільки навіть в певних дослідженнях спостерігається пояснення терміну через безпосередньо зосередження едьютейнменту на дитяче навчання «...у дослівному перекладі цей термін можна визначити поняттям «навчання розвагою», або донесення певної важливої ідеї, створення динамічних стереотипів, які дозволяють дітям в ситуації реального вибору вчиняти дії автоматично» [19, с. 208]. З чим ми не погоджуємось, оскільки, на нашу думку, едьютейнмент слід виділяти як явище, що допоможе допомогти дослідити та вивчити інформацію будь-якому рядовому реципієнту. Зрозумілим є факт, що вміння концентрувати увагу в учнів підліткового віку є нижчою, аніж в дорослих людей. Але насправді люди абсолютно будь-якої вікової категорії зацікавлені у швидкому, цікавому та доступному способі подання інформації, оскільки навчання протягом усього життя для людини є фундаментальним явищем. Кожного дня ми споживаємо нову інформацію, навіть не здогадуючись про це. А едьютейнмент в медіа є чудовою альтернативою позашкільної освіти.

Джон Дьюї, американський реформатор освіти та психолог, вважав, що освіта не має бути нудним і неприємним процесом, саме тому спостерігається тенденція до трансформації способів подання інформації. У зв'язку з цим з'являються нові формати та переосмислюються старі, які мають пристосовуватись до бажань суспільства. Для вченого головним було не кількісні характеристики знань, а вміння використовувати їх у певній ситуації, а також навчання через досвід [17, с. 2]. Саме такий тип навчання і на має на меті

едьютейнмент, адже завдяки використанню набутих навичок, інформація точно не проходить повз реципієнта і точно закарбується у пам'яті.

Процес сучасної освіти відбувається на тлі швидкого зростання обсягу нової інформації, яка настільки швидко стає застарілою, що люди не встигають засвоїти необхідні корисні знання, а здобуті зовсім скоро втрачають свою актуальність. Стрімкий розвиток технологій сприяє новим формам дозвілля, відповідно витрачений час на отримання інформації стає меншим. Едьютейнмент, як метод навчання, забезпечує гнучкість та адаптивність до швидкоплинного інформаційного середовища. Саме тому важливою є можливість того, щоб когнітивний процес не обов'язково відбувався у формальному середовищі, а міг перетворитися на корисне розважальне заняття з одночасним засвоєнням знань. Цей підхід сприяє розвитку критичного мислення, креативності та здатності до самостійного навчання, що є надзвичайно важливим у теперішньому світі.

Сучасні українські медіа активно використовують формат едьютейнменту для залучення широкої аудиторії. Саме поєднання розваг з навчанням дозволяє реципієнтам отримувати нові знання у такій формі, яка не втомлює, а навпаки, стимулює до подальшого саморозвитку. Наприклад, різноманітні телевізійні шоу, YouTube-канали та едьютейнмент платформи пропонують змістовний контент у розважальній упаковці, що робить процес навчання більш привабливим та ефективним. Зі зміною форматів спостерігається тенденція до залучення якомога більшої кількості способів подання інформації завдяки аудіовізуальним складникам. Різноманітні подкасти, шоу та навчальні мінісеріали також стали невід'ємною частиною сучасного едьютейнменту. Вони дозволяють аудиторії отримувати нову інформацію під час щоденних рутинних занять, таких як поїздки на роботу чи заняття спортом. Це створює додаткові можливості для неперервного навчання, навіть коли немає можливості витратити багато часу на традиційні форми освіти [30, с. 146].

Однією з успішних ініціатив в Україні є використання соціальних мереж для поширення освітнього контенту. Блогери та інфлюенсери дедалі частіше створюють освітні відео та публікації, що охоплюють широке коло тем – від історії та науки до мовного навчання та психології. Такий контент стає вірусним, привертаючи увагу тисяч підписників, і водночас забезпечуючи їм доступ до якісної освіти у невимушеній формі. Але звісно глядач має бути уважним і критично оцінювати та аналізувати інформацію з ресурсу, який вони обрали як достовірний. Не менш важливим є й розвиток освітніх ігор та мобільних додатків, які надають можливість вивчати нові навички через інтерактивні завдання та симуляції. Це особливо ефективно для дітей, але й дорослі користувачі знаходять у таких ресурсах корисні інструменти для саморозвитку.

Важливо згадати впровадження едьютейнменту в шкільні програми, що також набирає чималої популярності. Використання мультимедійних ресурсів та інтерактивних методик викладання допомагає зробити навчальний процес цікавим і більш результативним. Учні мають змогу краще запам'ятовувати інформацію, залучаючи різні канали сприйняття.

Тож, едьютейнмент в Україні розвивається динамічно, адаптуючись до сучасних вимог суспільства та використовуючи різноманітні технологічні досягнення. Цей формат освіти має великий потенціал для подальшого зростання та впровадження у різні сфери життя, забезпечуючи доступ до знань у зручній і цікавій формі. Таким чином, едьютейнмент є універсальним підходом до навчання, який може бути застосований у будь-якому віці і в різних контекстах, сприяючи підвищенню мотивації та ефективності засвоєння знань [31, с. 14]. Це підтверджує необхідність його подальшого розвитку та впровадження в освітні системи та медіа-платформи, що адаптуються до потреб сучасного суспільства.

Задля того, щоб визначити обізнаність реципієнтів із явищем

едьютейнмент, нами було створено опитування, яке складається з 7 запитань про факти свідомості та 2 запитань особистісного характеру. Анкета містила закриті шкальні запитання з відповідями, «Так / Більше так, ніж ні / Більше ні, ніж так / Ні» та напівзакрите запитання, де була можливість дати власну відповідь.

Загальна кількість учасників дослідження становить 72 особи, з яких 83,3% жінки, 13,9% чоловіки, 1,4% опитаних обрали варіант «інше», а 1,4% відмовились дати відповідь, не вказавши свою стать (Рис.1.1).

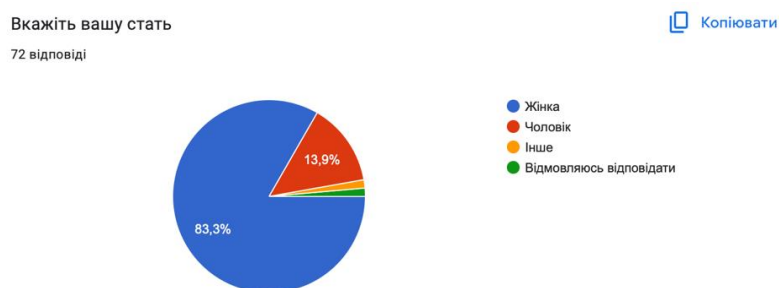


Рис.1.1. Запитання щодо статі опитаної аудиторії

В опитуванні взяли участь представники різних вікових категорій (рис.1.2.), а саме респонденти до 18 років (4,2%), 18-25 років (73,6%), 26-35 років (8,3%), 36-45 років (12,5%), 46-55 років (1,4%).

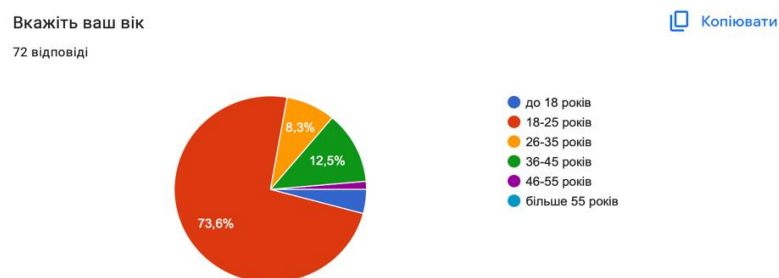


Рис.1.2. Уточнення віку опитаних

Отже, на таке запитання анкети «Чи розумієте ви, що собою представляє едьютейнмент (освіта в розважальному форматі)?» 31,9% осіб відповіли позитивно (рис.1.3). Невелике пояснення було подано для людей, які використовують формат або ж помічають його на різних платформах, але не знають правильної назви цього явища. Водночас, 33,3% відповіли «більше так, ніж ні», 29,2% - «більше ні, ніж так», і 5,6% дали негативну відповідь. Результати опитування свідчать про те, що більшість опитаних людей мають певне уявлення про явище едьютейнменту в медіапросторі, але їх розуміння цього терміну залишається неповним. Для того, щоб поняття едьютейнменту стало більш впізнаваним та зрозумілим, необхідно розширити його використання в суспільстві та медіа. Це сприятиме більшій обізнаності та здатності людей ідентифікувати та використовувати цей формат у різних контекстах.



Рис.1.3. Питання щодо розуміння явища едьютейнмент

На запитання «Чи розумієте ви мету жанру едьютейнмент в освітньому процесі?» 47,2% осіб дали схвальну відповідь, що є досить позитивним результатом, оскільки це говорить про підвищену обізнаність населення в сучасних освітніх підходах (рис.1.4.). Високий рівень розуміння мети едьютейнменту серед опитаних є індикатором успішного впровадження цього формату в освітній процес. Це також підкреслює важливість інноваційних методів навчання, які сприяють глибшому засвоєнню матеріалу завдяки

інтерактивності та залученню аудиторії. Разом з цим, 37,5% осіб дали відповідь «більше так, ніж ні», 9,7% - «більше ні, ніж так» і лише 5,6% дали відповідь «ні». Тим не менш, ми бачимо тенденцію до зростання усвідомлення та прийняття едьютейнменту як важливого складника сучасної освіти. Це є прямим відображенням позитивних зрушень у суспільній думці та готовність до споживання інформації завдяки різним форматам.

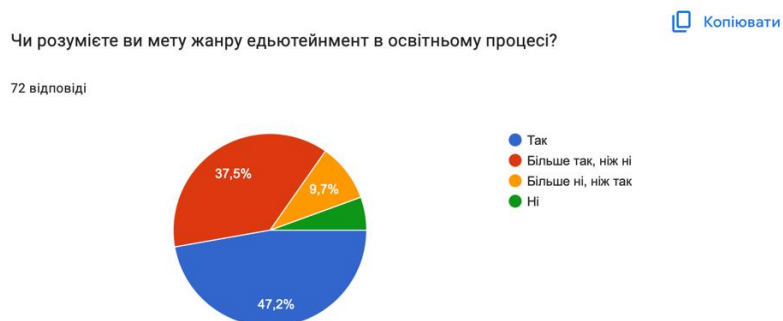


Рис.1.4. Питання щодо розуміння мети едьютейнменту

Натомість на питання «Чи часто ви використовуєте едьютейнмент задля вивчення нової інформації?» (рис.1.5.) найбільш поширеною відповіддю було «більше ні, ніж так», а саме 38,9% реципієнтів так відповіли, що вказує на певний скептицизм або труднощі у застосуванні едьютейнменту. Серед інших відповідей:

- «так» - 15,3%,
- «більше так, ніж ні»- 29,2%,
- «ні» - 16,7%.

Результати демонструють, що, будучи обізнаними з форматом, люди не використовують його як повсякденний метод отримання нових знань. Причинами цьому може бути нерозуміння того, де такий матеріал шукати або ж недостатня кількість контенту у тій тематиці, яка потрібна реципієнту.

Чи часто ви використовуєте едьютейнмент задля вивчення нової інформації?
72 відповіді

 Копіювати

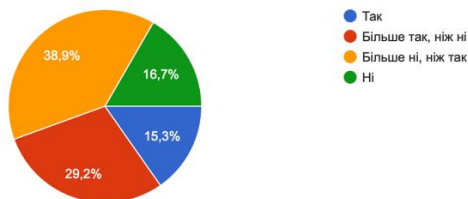


Рис.1.5. Частотність використання явища задля вивчення нової інформації

Наступне запитання анкети було сформульоване таким чином: «Чи свідомо ви використовуєте едьютейнмент для здобуття нових знань?» (рис.1.6.). Метою цього запитання було визначити частку респондентів, які усвідомлено обирають едьютейнмент як метод отримання нової інформації. 23,6% опитаних відповіли «так», що свідчить про те, що майже чверть респондентів активно займаються самостійним пошуком і підбором ресурсів, які відповідають їхнім потребам у контексті едьютейнменту. Це вказує на достатню наявність таких форматів в українських медіа для задоволення освітніх потреб аудиторії. Також були такі відповіді: 22,2% - «більше так, ніж ні», 29,2% - «більше ні, ніж так», 25% відповіли «ні».

Ви свідомо використовуєте едьютейнмент задля отримання нових знань?
72 відповіді

 Копіювати

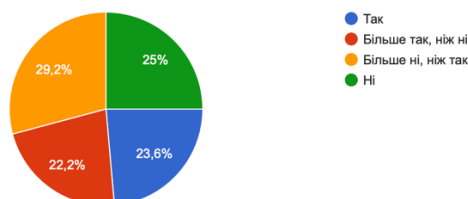


Рис.1.6. Свідоме використання едьютейнменту для отримання нових знань

Одним із подальших запитань є «Чи помітили ви тенденцію до ширшого використання едьютейнмент в українському медіапросторі?» (рис.1.7.), щоб побачити оцінку реципієнтів теперішнього становища жанру та

його впровадження в медіасферу. Майже половина, а саме 45,8% опитаних, дали ствердну відповідь, це говорить про те, що значна частина аудиторії спостерігає тенденцію до ширшого використання едьютейнменту в українському медіапросторі. Це свідчить про підвищений інтерес громадськості до цього формату навчання та його значущість у сучасному медійному середовищі. І така реакція говорить про те, що люди зацікавлені у едьютейнментному контенті, тому його розвиток буде підтримуватись суспільством. Інші відповіді:

- «більше так, ніж ні» - 29,2%
- «більше ні, ніж так» - 13,9%
- «ні» - 11,1%

Чи помітили ви тенденцію до ширшого використання жанру едьютейнмент в українському медіапросторі?

 Копіювати

72 відповіді

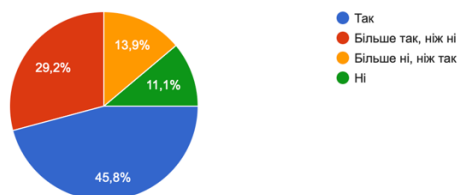


Рис.1.7. Тенденція щодо застосування явища в українському медіапросторі

У відповідь на запитання щодо ефективності використання едьютейнменту для засвоєння нових знань, позитивну оцінку висловило 61,1% респондентів (рис. 1.8.). Цей результат свідчить про високий рівень усвідомлення аудиторією позитивних наслідків впровадження едьютейнменту у процес навчання, вважаючи його ефективним та корисним інструментом. Ця реакція сприяє підтримці його застосування як у навчальних закладах, так і серед розробників освітнього контенту для дорослої аудиторії. Також слід відзначити, що 30,6% опитаних висловили відносну підтримку едьютейнменту, обираючи варіант «більше так, ніж ні». Однак, 4,2% відповідей були в категорії «більше ні, ніж

так», а також 4,2% відповіли «ні». Ці відповіді можуть вказувати на те, що деяка частина аудиторії ще не повністю переконана у високій ефективності едьютейнменту або відчуває обмеженість його застосування.

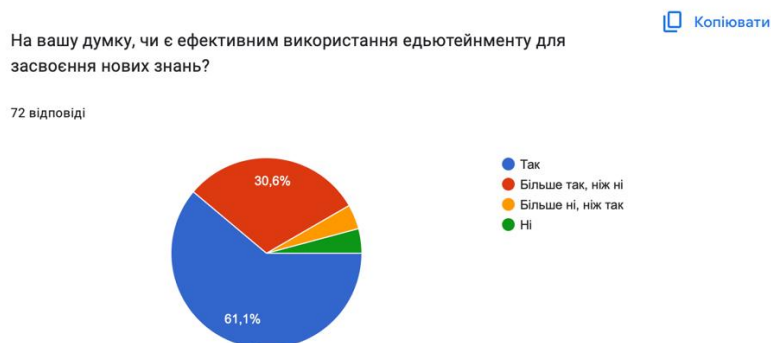


Рис.1.8. Думка щодо ефективності використання явища

На напівзакрите питання щодо того, який із форматів, що були перераховані, реципієнти вважають найбільш ефективним у освітньо-розважальному засвоєнні знань, відповіли таким чином (рис. 1.9.):

- інтелектуальні шоу - 27,8%
- подкасти - 36,1%
- освітні серіали - 6,9%
- ігри та інтерактивні додатки - 27,8%
- інше - 1,4%.



Рис.1.9. Ефективність обраних форматів для засвоєння знань

Відповідно до цього, ми можемо зробити висновок, що загальною тенденцією є популярність аудіоформатів, таких як подкасти, у якості

ефективного інструменту для освітньо-розважального засвоєння знань. Однак, інтелектуальні шоу та ігри також мають значну підтримку серед аудиторії, що свідчить про різноманітність інтересів та уподобань у використанні різних форматів для навчання та розваг. А також 1,4% опитуваних дали власну відповідь, яка полягала у тому, що реципієнт більш схильний до споживання інформації класичними джерелами і способами отримання знань.

Отже, враховуючи результати опитування, можна зробити висновок, що інтерес до едьютейнменту в українському медіапросторі є досить неоднозначним, але загалом позитивним. Часткова підтримка та скептицизм можуть свідчити про те, що існує певний рівень невпевненості або роздумів серед аудиторії стосовно ефективності та значущості едьютейнменту. Тому, необхідно працювати над підвищенням обізнаності та розуміння аудиторією переваг едьютейнменту як засобу освіти та саморозвитку, активніше поширюючи метод через засоби масової комунікації. Загалом, результати свідчать про потенціал для подальшого розвитку та популяризації едьютейнменту в сфері медіа, але аудиторія також має бути зацікавленою та поширювати свої уподобання для кращого розуміння суспільних потреб, на яких варто сконцентрувати увагу. Натомість медійні організації мають дослухатись до аудиторії та продукувати відносно новий рівень контенту, докладати зусиль щодо підвищення доступності, якості та підтримки цього інноваційного методу навчання.

1.3. Розвиток едьютейнменту в контексті динаміки телевізійного простору

Поєднання розваги з освітою не є новою концепцією, але явище едьютейнменту є відносно новим форматом. Першою відомою такою

ілюстрацією, в якій були вміщені освітні повідомлення про розвиток сільського господарства, є трансляція радіомильної опери «The Archeors» у 1951 році.

У нашій роботі буде розглянуто розвиток розважальної освіти у світі, а конкретніше в контексті телебачення, що є предметом значного інтересу у дослідницькій галузі. Едьютейнмент, що поєднує елементи розваг та освіти, відіграє важливу роль у країнах, що швидко розвиваються, оскільки залучає велику аудиторію та може мати значний вплив на сприйняття глядачів. Жанр мильних опер в телебаченні, зокрема, виявився особливо привабливим для глядачів. Оскільки пропонує цікаву сюжетну лінію, яка постійно розвивається, та включає історії персонажів, їхні стосунки у суспільстві та почуття. Глядачі знаходять захоплення в спостереженні за розвитком подій у мильних операх, а деякі навіть намагаються знайти рішення своїх власних проблем завдяки жанру. З метою поширення на широку аудиторію мильні опери почали використовуватись для просування освітніх та розвиткових цілей. Розробники мильних опер, аналізуючи менталітет та потреби аудиторії, впроваджують цінності, в яких спостерігається нестача, порушують політичні питання або сприяють підвищенню рівня культури. Говорячи про приклад однієї з перших таких телевізійних мильних опер, то нею є «*Simplemente María*», що транслювалась у 1969 році в Перу, саме завдяки якій була відкрита освітньо-розважальна стратегія на телебаченні [34, с.17]. Безпосередній освітньо-розважальний вплив відобразився у тому, що збільшилась кількість молодих дівчат, які відвідували курси грамоти та шиття. Оскільки соціальні проблеми країн, що розвиваються, є особливо гострими, то там було реалізовано досить багато проектів з освітньо-розважальною метою. Наприклад, телевізійна мильна опера "Hum Log", яка була трансльована в Індії у 1984-1985 роках, просувала справедливе та рівноправне ставлення до жінок, гармонію в сім'ї, усвідомлення культурного різноманіття, планування сім'ї та національне єднання. У Нігерії у 1980-1981 роках транслювався драматичний телесеріал "Cock Crow at Dawn" з

метою поширення сучасних сільськогосподарських практик серед середнього і вищого класу фермерів. Дослідження впливу цих програм показали, що розважальний та освітній зміст вплинув на постійних глядачів і спонукав їх до використання кращих сільськогосподарських практик [27 с.81]. Тому, доречним було б зауважити, що освітньо-розважальна стратегія сприяє соціальним змінам такими способами:

- вплив на обізнаність аудиторії, ставлення та поведінку до бажаної соціальної мети. Зрозумілим є те, що очікувані ефекти змін знаходяться в членах аудиторії;

- вплив на зовнішнє середовище аудиторії, щоб допомогти створити необхідні умови для соціальних змін на рівні групи чи системи.

Сам розвиток культури та потреби сучасного суспільства в нових формах соціальної взаємодії та соціального досвіду привело до необхідності телебачення як форми аудіовізуальності. Телебачення стало модератором нової соціальної реальності, переосмислюючи і перетворюючи спосіб життя кожної людини і вносячи значні зміни в соціальну та особисту сфери суспільства. Зараз медійні засоби виконують не тільки роль поширення інформації, а можуть самі створювати нову реальність. Враховуючи вплив телебачення на людину, варто зазначити, що цей аудіовізуальний засіб забезпечив швидке зростання масової свідомості. Завдяки цьому потоку нової інформації на просторах телебачення, відбулось розширення горизонтів світу для кожного індивіда. Тому, на нашу думку, едьютейнмент має найбільш ефективний вияв у телебаченні, оскільки там є можливість поширення закладених ідей більш розповсюджено. Окрім того, зважаючи на довгий час функціонування телебачення та встановленим форматам, едьютейнмент є ковтком свіжого повітря, який потрібен людям, аби ще глибше поглибитись у вивчення бажаного.

Висновки до першого розділу

Феномен едьютейнменту є реакцією на постійну потребу суспільства у різноманітності та оновленні контенту. Поступово нагромаджуючи досвід споживання інформації у подібних форматах, суспільство досягло насичення та усвідомило необхідність нових підходів до подачі продукту. Наслідком цього стало зростання критичності споживачів та бажання бути більш освіченими в різних аспектах. Едьютейнмент проявився як ефективний засіб задоволення цих потреб завдяки своїй здатності швидко реагувати на соціальні процеси та тенденції. Розважальна освіта зараз є важливим компонентом сучасної медійної культури, сприяючи активній взаємодії та залученню глядачів. Широкий спектр розважальних програм, які поєднують розвагу з інформативністю, дозволяє публіці набувати знання та розширювати свій культурний горизонт. Крім того, едьютейнмент може використовуватись для популяризації наукових та культурних знань серед широкої аудиторії. Телебачення, відеоігри та інші форми едьютейнменту можуть втілювати складні концепції та ідеї у доступну та привабливу форму, що сприяє легкому засвоєнню інформації. Це може стимулювати інтерес до науки, мистецтва, історії та інших галузей знань, сприяючи розвитку освіченого суспільства.

Однак, варто зазначити, що едьютейнмент також потребує критичного мислення та розуміння його природи як комерційного продукту. Глядачі повинні розвивати здатність аналізувати інформацію, розрізняти факти від фікції, розуміти мотивації та інтереси створювачів контенту. Такий підхід допомагає формувати медійну грамотність та забезпечує свідоме споживання едьютейнменту. Найбільш ефективним поширенням едьютейнменту на широкий загал є телебачення, що дало можливість продукувати новий формат подання інформації.

Вивчення інформації в розважальній формі має набагато ширше застосування та значення для всіх вікових категорій. Це явище здатне забезпечити доступ до знань у цікавій та інтерактивній формі, сприяючи

розвитку критичного мислення, креативності та самостійного навчання. Завдяки опитуванню аудиторії стало зрозумілим, що більшість респондентів мають певне уявлення про едьютейнмент, але їх розуміння терміну залишається неповним. Саме тому, необхідно розширювати використання цього формату в медіа, щоб збільшити обізнаність та здатність людей ідентифікувати та використовувати його в різних контекстах.

Отже, едьютейнмент в сучасному суспільстві є не тільки джерелом розваги, але й засобом пізнання, освіти та розвитку. Він задовольняє потреби суспільства у різноманітності та нових способах споживання інформації, сприяє активній взаємодії та підвищує медійну грамотність. Правильне сприйняття та критичне осмислення едьютейнменту дозволяють суспільству розширювати свої горизонти та збагачувати свій культурний та інтелектуальний досвід.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ ОСВІТНІХ ПЛАТФОРМ І ПРОЄКТІВ У КОНТЕКСТІ ЕДЬЮТЕЙНМЕНТУ

2.1. Аналіз освітньої платформи Дія.Освіта як інноваційного інструменту едьютейнменту

Однією із найбільш інноваційних національних едьютейнмент платформ є Дія.освіта, яка стала наступним етапом проєкту Дія.Цифрова освіта. Ця платформа має на меті поліпшити знання та навички українців, які є актуальними в усьому світі. На платформі кожен має змогу опанувати для себе нову інформацію структуровано та абсолютно безкоштовно, оскільки завдяки зручному інтерфейсу можна зрозуміти, що потрібно знайти. Є окремі категорії для поліпшення пошуку користувачем та зручністю сприймання інформації:

- за форматом (освітній серіал, гайд, подкаст, вебінар, симулятор, подія та тести);
- за призначенням (для молоді, держслужбовців, публічних службовців, військовослужбовців, медичних працівників, бізнесу та підприємців, вчителів, новачків, школярів, тренерів, батьків, соцпрацівників, активних громадян, підлітків, стартаперів, дорослих, для людей елегантного віку, CDTO, юристів, криптоекспертів, ВПО, шукачів нової роботи, шукачів нової професії, освітян, дизайнерів, віддаленої роботи);
- за професією (для датааналітиків, логістів, спеціалістів із закупівель, продакт-менеджерів, проєктних менеджерів, мобільних фотографів, режисерів монтажу, відеовиробників, менеджерів із продажів, акаунт-менеджерів, спеціалістів клієнтської підтримки, кондитерів, спеціалістів із партнерства, HR-спеціалістів, рекрутерів, адміністраторів, агентів з

нерухомості, пекарів, майстрів плиточників, кухарів піцерії, шеф-кухарів, барист, менеджерів з клінінгу, касирів, майстрів з поклейки шпалер, працівників АЗК, операторів SMT, кравчинь, в'язальників, вишивальників, візажистів, майстрів нігтьового сервісу, хейр-стилістів, колористів, майстрів бровистів, барберів, грумерів, флористів, дизайнерів інтер'єру, ландшафтних дизайнерів, PR-спеціалістів, SMM-спеціалістів, SEO-спеціалістів, Email-маркетологів, QA-тестувальників, графічних дизайнерів, Google Ads менеджерів, таргетологів);

- за темою (re/upskilling, open data, онлайн-безпека, працевлаштування, урбаністика, ментальне здоров'я, військова служба, підтримка ветеранів та реінтеграція, антикорупція, безпека, безбар'єрність, вибори, державні послуги, екологія).

Завдяки такому широкому списку зрозуміло те, що платформа охоплює широкий спектр професій і цільових груп, забезпечуючи доступ до актуальних знань в теперішньому суспільстві. Це є особливо важливим впровадженням для українців, які були вимушені покинути своє місце проживання та змінити професійну діяльність. Зрозумілим є факт, що повну кваліфікацію з певної професії та стати спеціалістом завдяки цій інформації маломожливо, але для того, щоб ознайомитись з чимось новим, зрозуміти свої вподобання, надихнутись або засвоїти теперішні знання, цього більше, ніж достатньо. Тому, тут варто вказати про апскілінг, а саме підвищення майстерності. Дія.Освіта має десятки освітніх серіалів, які допоможуть стати ще кращими профі в обраній справі. Увагу проєкту також сконцетровано на використання рескілінгу — «зміна майстерності», тобто вивчення нового напрямку.

Перевагами застосування едьютейнменту є можливість адаптивного засвоєння інформації завдяки різноманітності форматів. На платформі Дія.Освіта представлено 183 освітніх серіали, 55 гайдів, 2 подкасти, 11 вебінарів, 60 симуляторів, 1 подія та 10 тестів. Це дозволяє користувачам

обирати найбільш зручний для них формат: текстовий, аудіальний, візуальний або аудіовізуальний. Таким чином, інформація подається у різних формах, що сприяє ефективнішому та зручнішому засвоєнню знань та навичок.

Хотілось би відзначити освітні серіали, головною особливістю яких є відносно коротка тривалість серій (від 3 до 15 хвилин), наявність окремо виділених нотатків, де глядач має можливість виділяти для себе та записувати важливу інформацію з відео, словник незнайомих слів (*аудієнція - офіційний прийом у особи високого звання чи рангу — імператора, короля тощо*) та тести після кожної серії або ж в кінці серіалу (*Виберіть правильне твердження:*

- *інклюзивна молодіжна робота неможлива без залученості молодіжних працівників та працівниць*
- *інклюзивний підхід стосується лише доступності фізичного простору*
- *до молодіжної роботи треба залучати активну молодь із певним рівнем достатку й інтелектуального розвитку).*

Тут варто сказати про освітній ефект новизни, оскільки завдяки тестам знання краще засвоюються і тільки потім стає доступною нова інформація.

Окрім того, цікавими є симулятори - інноваційна методика освіти. У симуляторах Дія.Освіта кожен може на собі перевірити особливості різних професій завдяки сюжетам, з якими люди відповідних професій чи ролей регулярно стикаються в реальному житті. Вони характеризуються проходженням тестів на кваліфікацію людини онлайн, де потрібно обрати правильні варіанти відповіді, відштовхуючись від описаної ситуації, після цього можна обрати пояснення, де чітко обгрунтовано правильний варіант.

Важливо зазначити, що мова навчання в певних форматах може бути не лише українською, а й англійською, що поєднує в собі вивчення інформації та одночасно поглиблення знань з іноземної мови. Мова викладу інформації залежить від аудиторії, на яку вона поширюється.

На едьютейнмент платформі мова, якою подається інформація, є комбінацією медійної та наукової. Оскільки переважна більшість інформації стосується ознайомлення з різними видами професій, то у матеріалах проєкту досить частотним явищем є використання термінології на рівні лексики. Доцільним є вживання професіоналізмів: *сценарій, рендер, лінійний монтаж* (з освітнього серіалу «Режисер монтажу»), *моушн дизайн, логотип, бренд-агенція* (з освітнього серіалу «Графічний дизайнер»), *косметичні пензлі, б'юті-блендер, корекція* (з освітнього серіалу «Візажист») тощо. Переважна більшість з них є знайомими реципієнту, а незнайомі пояснюються простими словами у відео експертом, який є представником певної професії: *рендер - процес кодування відео з програми монтажу*. У залежності від типу поданої інформації, використовуються також синоніми, які є семантичними заміниками термінів, наприклад, перифраз *місто каітанів*.

У кожній серії серіалів є тезовий виклад інформації, де спікер розкриває питання, які найбільше хвилюють здобувачів нової професії, а також поступово розказує про усі потрібні деталі для початку роботи у тій чи іншій сфері. Окремо варто відзначити залученість професіоналів-експертів, які є гарантами достовірності інформації, що є важливим для навчання такого формату, оскільки має бути забезпеченою інформаційна безпека.

Тому, нова едьютейнмент-платформа Дія.Освіта є досить корисним нововведенням, який відкрив новий погляд на здобуття нових знань для українців. Оскільки Дія, як єдиний портал державних послуг, користується своєю популярністю майже серед 20 млн українців (станом на 2023 рік) [15], то освітня інновація, завдяки впізнаваності сервісу розміщення, також набуває своєї популярності серед користувачів.

2.2. Аналіз освітнього проєкту «Колайдер» у контексті едьютейнменту

У контексті едьютейнменту Суспільним та редакцією було розроблено новий освітній проєкт для молоді «Колайдер» на таких платформах як YouTube, Instagram, TikTok, у якому вони пояснюють молодшому поколінню цікаві та, можливо, водночас складні для них теми спрощено [24]. Ми розглядатимемо матеріал на платформі YouTube, на каналі представлено три відеоформати:

- експлейнер-журнал «Та невже?», у якому розглядаються питання, пов'язані з природою, тваринами, наукою, тваринами тощо;
- батли між блогерами «Хто тут Ейнштейн?», де учасники проходять завдання та дають відповіді на запитання або ж вирішують головоломки;
- «Кіберхата», де ведучі розповідають про віртуальний світ, але ця рубрика представляє інше явище інфотейнменту.

Тож, у нашій праці ми розглянемо два формати, які відповідають вимогам явищу едьютейнмент. Рубрика «Хто тут Ейнштейн?» поєднує у собі комбінацію фізичного та інтелектуального змагання, що насправді не є настільки легко. Для максимальної залученості аудиторії запрошеними гостями є інфлюенсери, контент яких направлений на молодше покоління, або ж вони є точно відомими для цього покоління. Звісно, є незалежний суддя Софія - призерка наукових конкурсів та олімпіад, яка чесно та неупереджено слідкує за результатами гри, а також виступає гарантом достовірності інформації. Окремо є рубрика ізі-пояснень, де експертка пояснює невідомі слова для молоді, які з'являються протягом відео (*вестибулярний апарат - це орган, який допомагає людині тримати рівновагу. Він складається з каналів, заповнених рідиною. Коли ти рухаєш головою, рідина тисне на рецептори, що розташовані на стінках каналів, а ті посиляють сигнали в мозок. Так він дізнається, як тіло розташоване в просторі*). Окрім цього, дівчина за потреби пояснює правильну відповідь на поставлене нею запитання учасникам або ж дає коментар протягом

гри, який допомагає реципієнтам краще зрозуміти суть питання (*міста-побратими - це два населені пункти, які вирішили дружити і допомагати одне одному. Вони обмінюються туристами, студентами та досвідом у різних сферах*). У кінці відео є невеликі завдання для запам'ятовування пройденого матеріалу та, а також домашні завдання для кращого засвоєння інформації, за виконання яких можна буде отримати подарунки.

Іншим відеоформатом, що слугує відображенням едьютейнменту, є рубрика «Та невже?». Тут глядачам пояснюються певні теми, наприклад, відео про боротьбу українців, перші гаджети, космос, міфи про тварин тощо. Основна концентрація уваги відбувається на цікаве пояснення та візуальний складник, оскільки інформація супроводжується відповідним вставкам відео, що у цьому випадку підтверджує правдивість сказаного. Окрім того, не можна залишити без уваги доречні вставки з мемів, що роблять матеріал легким для сприйняття. Завдяки цьому формується не тільки інтерес до теми, але й підвищується ефективність засвоєння інформації. Саме тому, тут доречно сказати про репрезентативну функцію мемів у процесі навчання, оскільки при відтворенні інформації акцент робиться на конкретну деталь [2, с.18]. Також як і в попередньому форматі, тут є експерт, тільки у цьому випадку віртуальний, під назвою душніла. Ми знаємо, що «душніла - це людина, яка постійно до чогось чіпляється і є надмірним педантом» [11], це слово є сленгізмом і воно використано для того, щоб бути максимально наближеним до реципієнта, посмішити його і тим самим звернути увагу на пояснення. Душніла роз'яснює певні незрозумілі моменти, які можуть виникнути під час перегляду відео (*партизани - це особи які не входять офіційно до складу військ і добровільно беруть участь у боротьбі із загарбником, перебуваючи таємно в тилу ворога*).

Важливим є метод спілкування з реципієнтами, оскільки досить часто спостерігається взаємодія з реципієнтом та проявлення зацікавленості до його вподобань, досвіду та попередніх знань (*Напишіть нам у коментарях,*

навіщо військовим взагалі потрібні шеврони; Хто бачив фільм про олексу довбуша? Напишіть у коментарях). Зрозуміло, що це також роблять і з метою просування контенту за допомогою коментарів, але такий невимушений діалог позитивно впливає на сприйняття реципієнта та змушує його задуматись та проаналізувати запитання, спираючись на його знання. Доволі часто використовуються жарти, з метою зробити відео не лише у пізнавальному форматі, а й розважальному (*Мамині нерви - це ще не найдивніший музичний інструмент на якому можна зіграти; у світі нудних душніл*). Окрім того, час від часу присутнє використання молодіжної сленгової лексики (*крінж, топчик, душніла, хник-хник, трабли, нашкрябайте кілька слів у коментарях*), деякі з них ми виділяємо як варваризми (*крінж, трабли*). Мета використання таких слів є створення більш невимушеної та близької до аудиторії атмосфери, що сприяє підвищенню залученості та емоційного зв'язку з контентом.

Отже, цей формат вдало поєднує освітній і розважальний компоненти, забезпечуючи емоційне залучення глядачів. Відео часто створені у легкому та невимушеному стилі, що сприяє кращому запам'ятовуванню матеріалу та підвищує мотивацію до навчання. Таким чином, відеоформати, представлені на каналі, демонструють, як за допомогою едьютейнменту можна зробити навчання цікавим і доступним для широкої аудиторії.

Висновки до другого розділу

Едьютейнмент на двох розглянутих платформах демонструє свою універсальність, як явища освітньо-розважального, що буде користуватись попитом серед будь-якої вікової категорії, яка прагне до саморозвитку у різних сферах діяльності.

Обидві платформи адаптовані для різних рівнів знань та професійних напрямків, що дозволяє користувачам знайти відповідний для себе контент.

Дія.Освіта зі своєю широкою різноманітністю курсів, гайдів та симуляторів охоплює великий спектр професій і цільових груп, забезпечуючи доступ до сучасних знань і навичок. Це особливо важливо для українців, які шукають нові можливості для професійного розвитку чи змушені змінити сферу діяльності через життєві обставини. Проєкт «Колайдер» спрямований на молодь, використовуючи популярні серед неї платформи та формати. Він вдало поєднує освітній контент з розвагами, залучаючи відомих інфлюенсерів та використовуючи сучасний молодіжний сленг. Це робить навчання цікавим та мотивуючим, сприяючи кращому засвоєнню матеріалу.

Основні висновки щодо ефективності та універсальності едьютейнменту на платформах Дія.Освіта та «Колайдер» включають адаптивність та доступність, оскільки обидві платформи забезпечують доступ до навчальних матеріалів у різних форматах, що дозволяє користувачам обирати найбільш зручний спосіб навчання. Використання різних медіаформатів та інтерактивних елементів сприяє залученню як молоді, так і дорослих користувачів, незалежно від їхнього рівня знань та професійного досвіду.

Обидві платформи постійно оновлюють свій контент відповідно до сучасних тенденцій та потреб ринку, забезпечуючи користувачам доступ до актуальної інформації та передових знань. Таким чином, освітньо-розважальні платформи Дія.Освіта та «Колайдер» демонструють високу ефективність та універсальність едьютейнменту, підтверджуючи його значущість як інноваційного інструменту для сучасної освіти та саморозвитку.

РОЗДІЛ 3.

ФОРМАТ ЕДЬЮТЕЙНМЕНТУ В УКРАЇНСЬКИХ ШОУ

3.1. Реалізація едьютейнменту в шоу «Я люблю Україну»

У сучасному контексті медійного простору спостерігається інтенсивна генерація навчально-освітньої інформації, яка має на меті задовільнити певні людські необхідності, що пов'язані з тим чи іншим суспільним процесом. ЗМІ, відповідно, повинні швидко адаптуватись і створювати високоякісний контент, що відповідає цим вимогам. Враховуючи нинішні екстралінгвальні чинники, зокрема воєнний конфлікт, українське населення стає свідомішим і розуміє, що має пристрасний інтерес до отримання більш глибокої інформації про свою країну. У цьому контексті актуальним є шоу «Я люблю Україну», яке відтворює явище едьютейнменту та виконує важливу роль у формуванні національної свідомості. Вперше проєкт з'явився в українському медіапросторі у 2009 році, проте був спрямованим більше на гумористичну форму вияву. Оновлений формат проєкту здобув велику популярність серед глядачів як у телевізійному ефірі, так і в онлайн-середовищі, зокрема на YouTube. За 14 років українське суспільство переглянуло свої цінності та вподобання, і на сьогоднішній день, у 2024 році, спостерігається зростання інтересу до вивчення культури, мови, літератури, географії та історії своєї Батьківщини. Основною метою шоу є систематизація широкого спектру знань про державу, досягнута через участь відомих медійних особистостей у різноманітних конкурсах, що слугують матеріалом для привернення уваги аудиторії. Розважальний ресурс використовується для необов'язкового та захопливого сприйняття інформації широким колом глядачів. Ця форма медіа використовує різноманітні елементи, які привертають увагу реципієнтів, активізують їхні мисленнєві процеси та

забезпечують більш ефективне сприйняття інформації. Такий підхід визнається як прогресивний і затребуваний у сучасному медіаоточенні.

Отже, досягається активна реакція та зацікавленість широкої аудиторії, а емоційний зв'язок, залучення та утримання їх уваги на тривалий період забезпечуються різними компонентами шоу, такими як участь відомих гостей, динамічна комунікація, музичний супровід, жартівлива атмосфера тощо [18, с.74].

Формат шоу, який полягає у змаганні команд зіркових гостей, не дивує своєю новизною, але новим репрезентованим явищем є осмислювання динамічних процесів, які відбувались протягом існування країни. Шоу вирізняється особливою рисою, а саме прямою залученістю активного мозкового процесу у реципієнтів, адже на підсвідомому рівні глядачі намагаються знайти власні відповіді на поставлені запитання, що сприяє осмисленню інформації, її запам'ятовуванню та в подальшому використанню цих знань, що і має на меті явище едьютейнменту.

Найбільша взаємодія відбувається безпосередньо між учасниками, ведучою та капітанами команд у шоу. Для едьютейнменту надзвичайно важливою характеристикою є 100% достовірність інформації, тому ведуча одночасно виступає у ролі експерта, що після питань робить коментарі-уточнення стосовно відповідей учасників, наприклад: *14 вересня 1939 року у США авіаконструктор українського походження Ігор Сікорський підняв у повітря перший гелікоптер ВС-300.*

З огляду на вміст телевізійних програм у жанрі пізнавального шоу можна спостерігати циклічність конкурсів, які охоплюють різні сфери пізнання. Серед них виділяємо такі:

- 1) конкурси, пов'язані з історією, що стосуються подій, які відбулися в конкретний рік у період незалежності України. Втілення розважального формату відбувається крізь призму пояснення події капітаном команди без

використання стоп-слів, а освітній формат реалізується у підсумку, де ведучий-експерт наводить точні факти-підтвердження правильної відповіді: *У 2019 в силу вступає закон про відміну шкільної форми, оскільки законодавчо закріплено, що одяг для школи це вільний вибір дитини; За даними 2020 року 70% українців мають вищу освіту.* У цьому конкурсі часто спостерігається активне використання числівників, або ж іншими словами цифрові факти, що вказують на ерудицію та достовірність фактів.

2) питання щодо мови, які мають різну варіацію: конкурс, де за картинками потрібно назвати слова літературною українською мовою; конкурс на виправлення помилок, що демонструє грамотність та вміння застосовувати правопис: *по хворобі – через хворобу; не по силам – не під силу; по цей день – досі, донині, дотепер; по понеділках – щопонеділка; за хлібом – по хліб; виглядати – мати вигляд тощо;* конкурс на правильний правопис складних слів, в яких часто роблять помилки: *безперестанку, неосвіченість, обтрунтовувати, щонайдужче та ін.* Демонстрація мовних знань є прямим відтворенням освітнього аспекту.

3) конкурси на обізнаність у географії України, де перевіряються знання учасників щодо кількості населення, чисельності української діаспори у світі, довжину автомагістралей, розташування природних чудес та пам'яток тощо.

4) конкурси на знання української культури та традицій, де учасникам потрібно відгадати українські композиції, які є видозміненими або ж звучать задом наперед, озвучуються іноземцями та ін. Нашій увазі демонструється і традиційний український одяг, який учасникам потрібно відтворити на дівчатах-моделях. Окрім того, за малим клаптиком картинки їм треба відгадати будівлю, що зображена на екрані.

5) перевірка шкільних знань, де учасникам ставлять запитання зі шкільної програми, які висвітлюють різні галузі знань, до прикладу: *Який із наведених винаходів належить українцеві? Яка найдовша річка України?*

Однією із основних цілей шоу такого формату є залучення аудиторії різного віку, що відображається у запрошенні до шоу зірок, які представляють різні покоління та протилежні галузі розвитку, до прикладу, Ольга Сумська та Wellboy, Мішель Андраде та Павло Зібров. Варто зауважити, що це зроблено з тією метою, аби зацікавити глядачів як через телебачення, так і глядачів на платформі YouTube. Також залучення глядачів різної вікової категорії безпосередньо виявляється у конкурсах, наприклад, перевірка шкільних знань, що має на меті привернути увагу реципієнтів молодшого віку. Окрім цього для утримання уваги глядача використовуються візуальні ефекти, наприклад, змінне світло, зміна фонові картинки, що має на меті передати атмосферу конкурсу, слухові ефекти у вигляді особистого бренду шоу, тобто, постійний музичний супровід. За жартівливу атмосферу відповідають капітани команд, що обидвоє є коміками і завжди розряджають обстановку своїми жартами.

Отже, шоу вдало поєднує освітній та розважальний формат, що дозволяє досягти ефективного сприйняття інформації та залучення широкої аудиторії. Відповідно до цього, програма «Я люблю Україну» сприяє підвищенню інтересу до вивчення багатств нашої країни.

3.2. Реалізація едьютейнменту в шоу «Солов'їне шоу»

Мова вважається одним із головних ідентифікаторів національної свідомості та має важливе значення для формування культурного та соціального контексту суспільства. «Мова і нація — це невід'ємна органічна цілість» [13], які не можуть існувати одне без одного. Українська мова, як державна, відіграє ключову роль у зміцненні національної самосвідомості, підтримці культурного спадку та підвищенні комунікативних навичок громадян. У цьому контексті важливим завданням медіа є спонукання реципієнтів до підвищення рівня національної свідомості. Особливо зараз, коли багато українців зіткнулись з

проблемою вивчення солов'їної, оскільки те зросійщення на теренах України, яке мало свідомий та несвідомий вплив протягом десятиліть, суттєво дається в знаки. Прагнення досконало володіти державною мовою з'явилося і в тих людей, які до 24 лютого 2022 року розмовляли нею. Тому, досить актуальним для усіх є контент, який має на меті допомогти українцям подолати мовний бар'єр або ж вдосконалювати своє мовлення, не прикладаючи при цьому багато зусиль та часу, отримуючи задоволення від процесу навчання. Таким мовним шоу, яке має свого глядача як на просторах телебачення (телеканал СТБ), так і у онлайн-просторі, зокрема на YouTube, є «Солов'їне шоу». Будучи реалізованим у 2022 році, воно одразу ж почало здобувати масову популярність серед населення, оскільки стало актуальною та швидкою відповіддю на теперішні потреби суспільства. Кожен має можливість навчатись потрібному та корисному матеріалу у зручному та доступному масмедійному середовищі, що є невід'ємною частиною нашого життя.

Солов'їне шоу безпосередньо відноситься до явища едьютейнменту та ґрунтується на синкретизмі розважальної та інформаційної функції [9, с.30]. Зазначений формат мовного шоу є інноваційним і унікальним в українському медіапросторі, оскільки раніше питання мови в подібних шоу розглядалися лише побіжно й не займали центральне місце. Тепер воно набуває значущості як самостійний елемент програмного контенту, впливаючи на усвідомлення й розвиток української мовної свідомості в широких масах глядацької аудиторії. Цей новаторський підхід викликає зацікавленість та привертає увагу глядачів, які прагнуть не лише розваги, а й здобуття знань про норми української мови, культуру спілкування, етику та естетику міжособистісної комунікації.

Шоу має модель змагання між двома зірковими учасниками, які відповідають на поставлені запитання та намагаються вибороти перемогу протягом трьох раундів. Модераторами процесу є ведучий та лінгвіст-експерт, яка коментує відповіді гостей випуску і в процесі раунду робить певні

пояснення, тому освітній складник має характеристику ненав'язливого та забезпечує легку сприйнятливості для невідготовленої аудиторії, що сприяє активному засвоєнню інформації. Важливо зазначити, що правила з української мови озвучуються та, окрім того, подаються у візуальному форматі стислої таблиці з поясненнями:

Запам'ятаємо

- *прийменник з уживаємо між голосними (сприйняті з ентузіазмом): після попереднього приголосного або перед наступним голосним (вийшли з готелю, з усіх свідчень);*
- *прийменник зі вживаємо перед сполученням приголосних на початку слова (зі школи);*
- *варіант із уживаємо між двома приголосними (лист із Бразилії).*

Цей підхід свідчить про усвідомлення розробниками психологічних особливостей людської пам'яті, оскільки деяким особам важко сприймати інформацію через слух. «В процесі сприймання візуального об'єкту/зображення активізується робота зорових аналізаторів реципієнта, завдяки чому через око надходить повністю вся інформація про об'єкт/зображення, навіть будучи неусвідомленою» [20, с.185]. Тому, шляхом комбінування аудіо та візуальних засобів комунікації, забезпечується більш ефективно сприйняття та запам'ятовування правил. Ведучий виступає як комунікативний посередник, що утримує зв'язок між учасниками, глядачами та експертом, відповідає за гумористичний тон та регулює хід шоу.

Розглядаючи формат шоу більш детально, простежується те, що освітній складник є основним. Мовне шоу має завдання, які активують когнітивні процеси учасників та, звісно ж, і реципієнтів. Вони базуються на різних знаннях, які стосуються:

- *фразеології:*

Яке значення має фразеологізм пиндючити ніс/вбитися в тіло/ходити під вусом?

- морфологічної норми:

“Себе” в називному відмінку буде “я”? Чи правильне речення “у їх стороні й зимою сонце”? Якого роду слово курча?

- акцентуаційні норми:

У слові “асиметрія” наголос падає на другий склад? У фразі я зробив це зозла останнє слово наголошено правильно? У реченні дівчина зазирнула в люстрО останнє слово наголошено правильно?

- орфографічні норми:

Слово самозайнятий пишемо разом, через дефіс чи окремо? Скільки був е у слові мерехтіти, яка буква йде після букви н у слові шампінйон. У реченні “Арестович не є радником офісу президента” назву посади ми пишемо з великої літери? Чорнетка чи чернетка?

- пунктуаційні норми:

У реченні “діти сміються і горобці літають” який розділовий знак потрібен? Чи потрібна кома в реченні “діти працювали не більш як три години”?

- словотвірні норми:

Знайдіть префікс у слові пред’явити? Який суфікс у слові співак?

- лексичні норми:

Словосполучення “товар у розстрочку” правильне? У гостей солов’їного шоу ніколи не буває натягнутого сміху після жартів Володимира Жогла чи є тут помилка? Рідкий птах неправильно, натомість як правильно?

- культури української мови:

Слова і “все на світі треба пережити і кожен фініш – це, по суті, старт” належать Лесі Українці? На честь якого письменника названа Київська кіностудія? Як насправді звали Івана Котляревського?

Як вже було нами зазначено, у цьому форматі шоу важливим компонентом є кваліфіковані коментарі експерта, які мають на меті пояснити правильність або неправильність відповідей учасників, посилаючись на встановлені норми, правила словника чи правопису. Мова, що використовується лінгвістом, є дещо спрощеною для кращого сприйняття інформації аудиторією. Ведучий має функцію актуалізації отриманих знань, оскільки наприкінці раундів фахівець доволі часто звертається до нього з метою підбиття підсумків з отриманих знань:

Тож, Володимире, ми маємо і про ваш рівень знань подбати, у реченні Світлана Алексієвіч – перша нобелістка з Білорусі чи правильно переданим є ім'я?

Завдяки цьому реципієнти мають змогу узагальнити та систематизувати інформацію, надану учасникам програми. Щодо контексту розважальної функції мовного шоу, то вона проявляється у спілкуванні з учасниками, які часто діляться своїм веселим шкільним досвідом, тим самим викликаючи довіру та відчуття близькості з аудиторією. Також більш тепла атмосфера з'являється завдяки жартам ведучого.

Важливу роль мають засоби привернення уваги, а саме залучення відомих особистостей, які зазвичай знаходяться з дуже неочікуваними противниками; безпосередня комунікація з глядачами, що виявляється у звертаннях («*улюблені солов'їнчики*»), спонукання до активного виконання завдання під відео, що стимулюється отриманням класних тематичних подарунків. Крім того, короткий формат відео привертає особливу увагу, адже за допомогою цього демонструється ідея важливості саме бажання до навчання і систематичність, а не кількість присвяченого часу.

Отже, інноваційне шоу є чудовим відображенням явища едьютейнменту, оскільки вдало комбінує головні риси освітньої та розважальної функції та має значення як освітній, культурологічний та розважальний формат, що сприяє

підвищенню мовної свідомості, збереженню культурної спадщини та задоволенню потреб глядачів у розвагах та відпочинку.

3.3. Реалізація едьютейнменту в шоу «Розкажи історію»

Кожен свідомий українець, який прагне бути обізнаним у процесах, що відбуваються в межах української держави, безумовно неодноразово мав справу з вивченням історії України, адже як казав Максим Рильський: «Хто не знає свого минулого, той не вартий майбутнього». Історія України є основою національної ідентичності, бо саме знання минулого робить особу свідомою щодо розуміння свого походження, цінностей, культури та традицій. Саме через пізнання історичних процесів країни формується патріотична свідомість. Вивчення історичних процесів та наслідків може стати ключем до розуміння сучасності, у тому числі політичного, соціального та економічного стану країни. Інформація про минулі події допомагає дивитись крізь іншу призму на теперішні, адже це допомагає уникненню повтору помилок та розробці ефективних стратегій для майбутнього. Рідна історія формує в нас національну гідність та національну гордість, збагачує нашу духовність та історичну пам'ять, роль якої у розбудові нашої держави є вагомою [1, с.1].

Шоу, яке спрямоване на вивчення історичного процесу державності, зокрема його цікавих явищ та особистостей, є «Розкажи історію», репрезентоване на YouTube-каналі «Точка збору». Формат шоу дійсно полягає у розмові учасників, що розказують цікаві та пізнавальні факти з життя важливого відомого історичного персонажа або ж явища. Такі розмови, які підкріплені жартами, роблять ефект невимушеного спілкування, тим самим наближуючи до реципієнта. Метою шоу є відкриття людям нового погляду на історичних діячів, про яких у школі вивчаються сухі факти, що не викликають особливого інтересу та зацікавлення. Шоу дає можливість глянути на них по-

іншому, оскільки висвітлюються не лише важливі вчинки цих особистостей для подальшого державотворення країни, а також звичайні факти з життя, як простих людей зі своїми дивацтвами та життєвими труднощами. Мета відображається навіть у фразі ведучого після закінчення кожного випуску: «Без минулого немає майбутнього». Освітній складник реалізується у розмові учасників, які по черзі беруть слово задля того, аби розказати факти про обрану за основу шоу людину, що припали до душі найбільше і якими хотілось би поділитись, аби зацікавити реципієнтів. Спостерігається їхня підготовленість, яка виявляється у вдалому оперуванні цифровими фактами, як-от: *за першою версією, яку я читав, княгиня Ольга народилась в Пскові у 890 році; у 1734 році він вступає до Києво-Могилянської академії*. Також учасники самі кажуть про свою підготовку, що висвітлюються у жартівливих запитаннях: *Хтось щось читав? Хтось готувався? Якщо ні, то розходимось. Ти не читав, да?*

Шоу відрізняється своєрідним підходом до подачі інформації, що має освітню спрямованість. Воно використовує особливість інтерпретації історії героями, їхню лексику та коментарі експерта для досягнення освітніх цілей. Доповідачами у шоу є 4 відомих в українському просторі коміки, які вільно використовують просторічну, обценну та розмовну лексику, а також використовують сленгові вислови, що надає їм сучасного звучання. Такі зрозумілі та прості формулювання сприяють легкому сприйняттю інформації. Освітня мета шоу підкріплюється участю вчителя історії, який виступає модератором і допомагає учасникам розповідей уточнити незрозумілості та краще передати інформацію глядачам. Він ставить уточнювальні питання, які мають важливе значення в контексті розповіді доповідача. Вчитель виступає індикатором достовірності інформації, проте сам зазначає, що історичний процес не є абсолютно достовірним, оскільки вони керуються інформацією, зафіксованою відомими літописцями, тому іноді подаються кілька існуючих варіантів тих чи інших подій.

Освітній аспект підсилюється шляхом використання візуальних елементів у шоу. Під час розповідей демонструються картинки, які пов'язані з темою, наприклад, зображення раніше не згадуваних персонажів або культурних пам'яток. Цей підхід сприяє приверненню уваги глядача і дозволяє розрядити атмосферу дискусії. Крім того, шоу інтегрує інтерактивні ігри для доповідачів, наприклад, кросворди, які стимулюють пізнавальну активність реципієнтів. Розважальний аспект відображається навіть у використанні тематичних мемів у шоу. Це сприяє комфортній атмосфері та створює додатковий емоційний зв'язок з аудиторією.

Основною ідеєю такого формату є поєднання освітніх цілей з розважальними елементами для досягнення більшої ефективності комунікації. Загалом, цей формат шоу відрізняється від раніше описаних у нашій роботі, оскільки він транслюється лише на платформі YouTube. Це призводить до певної специфіки подання інформації, оскільки там не вимагається ідеальності у всіх аспектах відеоконтенту. Поширення інформації у YouTube має свої особливості, які відрізняються від традиційних медійних форматів. Вимоги до відеоконтенту не такі ж строгі, як у телебаченні чи кіноіндустрії, що дає можливість авторам експериментувати та використовувати більш неформальний стиль подання інформації. Ця особливість платформи стимулює використання розмовної мови, просторічної лексики, обценних висловів та сленгу, що надає різним шоу більшої автентичності і зближує його з аудиторією, особливо з молодшим поколінням, яке відчуває більшу ідентифікацію з таким способом спілкування.

Отже, формат шоу «Розкажи історію» на платформі YouTube поєднує освітні та розважальні елементи, використовує неформальний стиль мови та експертний коментар, а також використовує візуальні засоби для підсилення ефективності комунікації з аудиторією. Всі ці компоненти сприяють популяризації історичних знань та зацікавленості глядачів у вивченні минулого.

Висновки до третього розділу

Розвиток освітньо-розважального формату отримав значний поштовх у результаті вторгнення російських військ, що суттєво змінило свідомість більшості населення України та змусило переглянути свої цінності та підкреслити важливість національної самобутності. Війна виступає збудником активного виникнення різних проектів, які відображають ознаки інноваційної галузі едьютейнменту, що має велике значення в сучасному медіапросторі. Цей формат виявився цінним для українців, які бажають заглибитись у вивчення своєї країни, але робити це захопливо та цікаво. Важливою складовою у такому контексті є елемент розваги, який допомагає відволіктись від напруженості повсякденності. Такі шоу як «Я люблю Україну», «Солов'їне шоу» та «Розкажи історію» є швидкою реакцією медіапростору на задовільнення сучасних потреб українського населення. Вони розглядаються як інноваційні у нашому медіапросторі, який раніше був перенасичений однотиповим, частіше всього запозиченим форматом з інших країн. Особливо цікавою в цьому контексті є теза: «Років п'ять тому телекритики заявляли, що українське телебачення ще має пройти певний шлях – до закупівлі по-справжньому якісних форматів та, пізніше, – розробки власних нових» [23, с.1]. На мою думку, ці прогнози виявилися пророчими, і сьогодні ми спостерігаємо саме такий розвиток, який можна розглядати як початок нового етапу в українському медійному дискурсі. Досліджений мною формат раніше зустрічався лише обмежено і не мав такого яскравого відображення, більше того, не був основою для шоу. Проте, з появою викликів, спричинених війною, відбулося значне зміцнення усвідомлення важливості національної ідентичності та культурного спадку України. Нарешті шоу стали не лише розважальними, а й освітніми платформами, які сприяють вивченню історії, мови та цінностей країни.

Розглянуті мною шоу є лише початковим етапом розвитку, але тим не менш вони надають можливість глядачам насолодитися цікавим та пізнавальним контентом, який поглиблює їхнє розуміння національної ідентичності та сприяє формуванню патріотичної свідомості. Шляхом висвітлення історичних подій, культурних досягнень та усталених мовних норм, вони допомагають глядачам побачити свою країну з нового боку, зрозуміти її перспективність та, найважливіше, зрозуміти значення їхнього власного походження. Крім того, освітньо-розважальний формат цих шоу допомагає розширити медіапростір України та підтримати розвиток українського контенту. Це сприяє зміцненню культурної ідентичності та підтримці українських творчих професіоналів, що має важливе значення для розвитку медійної індустрії та національної культури загалом.

Тому, освітньо-розважальні шоу стали не тільки засобом розваги, але й вони допомагають залучити широку аудиторію до пізнання того, що оточує усіх нас з народження, та створюють основу для подальшого розвитку українського медійного дискурсу.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Едьютейнмент, який поєднує в собі освітні та розважальні елементи, стає все більш популярним у сучасному українському медіапросторі. В цілому, феномен відповідає на потребу суспільства у різноманітності, оновленні контенту та бажанні бути більш освіченим. Якщо ми говоримо про явище едьютейнменту в теперішньому українському контексті, то варто зважати на його більш активне впровадження та функціонування у різних платформах через важливий екстралінгвальний чинник, а саме повномасштабне вторгнення російської армії на територію України. У зв'язку з цим зараз для українців явище едьютейнменту є високо використовуваним, оскільки освіта громадян спрямована на вивчення матеріалів, які допомагають краще дізнатись історію держави, вивчити мову та різні цікаві відомості, які відбувались протягом існування України та зокрема у період з проголошення незалежності. Потенціал розважальної освіти у нашій країні величезний, а розглянутий формат може підвищити зацікавленість глядачів у навчанні та сприяти їх освітньому розвитку.

У цьому дослідженні була проаналізована концепція едьютейнменту як явища, що поєднує елементи розваг та освіти, як українському, так і світовому контекстах. Розвиток едьютейнменту у світовому медіапросторі був вивчений, зосереджуючись на його витоках у телевізійній сфері та позитивних аспектах його застосування у країнах, що розвиваються. В українському контексті були розглянуті нові формати шоу, що з'явилися внаслідок впливу спільного екстралінгвального чинника. Мета цих шоу є однаковою - поєднання розваг і освіти, проте кожен з них акцентується на різних аспектах, таких як вивчення мови, історії або культурних проявів. Також було розглянуто інноваційну освітню платформу, яка дає можливість ознайомитись з різними видами професій, одразу ж застосовуючи знання на практиці.

Цей підхід дозволив розкрити есенцію едьютейнменту як явища, що знаходить відображення як у глобальному медіапросторі, так і в українському контексті. Дослідження ставить акцент на зрозуміння характеристик та впливу

едьютейнменту, а також виявлення специфічних аспектів його розвитку в українському медіапросторі. Також праця сприяє розширенню наукового розуміння едьютейнменту, виявленню переваг та недоліків цього підходу в українській медійній сфері та надання певних рекомендацій для ефективного використання едьютейнменту в медіа-практиці та освітніх процесах.

У нашому дослідженні також були проаналізовані методи впливу на реципієнта, які застосовуються в шоу цього формату з метою привернення уваги та забезпечення успіху проекту. Були розглянуті різноманітні методи та стратегії, що використовуються для залучення глядачів і підтримки їх інтересу протягом програми. Крім того, у окремих шоу були розглянуті освітні та розважальні аспекти навчання з метою підтвердження того, що вони належать до освітньо-розважального формату. Проведений аналіз спрямовувався на виявлення наявності освітніх компонентів у програмах та платформах, які співвідносяться з основними критеріями едьютейнменту. Це включало в себе перевірку наявності цікавого та змістовного матеріалу, застосування інтерактивних методів навчання, активного залучення аудиторії та стимулювання мотивації до самоосвіти.

Для підтвердження і аналізу цих аспектів використані веб-ресурси та інформаційні джерела, які надали додаткову інформацію про шоу та їхній зміст. Окрім цього, були використані самі відеоматеріали шоу, які опубліковані на платформі YouTube та окремо на платформі Дія.Освіта, оскільки їхні відео доступні лише авторизованим користувачам. У результаті було отримано підтвердження наявності освітньо-розважального характеру програм, що дозволяє їх віднести до категорії едьютейнменту. Отримані результати використовуються для підтримки теоретичного розуміння едьютейнменту, а також для розробки практичних рекомендацій щодо ефективного використання цього підходу у медіасфері та освітньому процесі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойко І.Й., Лесик О.В. Роль національної історії держави і права в умовах сучасної війни Росії проти України. Львів. Режим доступу: https://www.legalactivity.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2322%3A14122022&catid=300%3A7-102022&Itemid=369&lang=ru Дата звернення: 15.05.2024
2. Бойта В. Створення мемів як засіб підвищення читацької компетентності та рівня запам'ятовування навчального матеріалу з літератури у коледжах художньо-естетичного профілю. *Pedagogy and Psychology*. 2022. X (103). С.17-20
3. Бондаренко Т.Г. Способи привернення уваги інтернет-аудиторії. *Наукові записки 1* (52). Київ, 2016. С.248-255
4. Боруцька Л.С. Едьютейнмент в освіті. Розвиток професійної майстерності педагога в умовах нової соціокультурної реальності : збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції. Тернопіль, 2021. С. 57–60.
5. Висоцький О.Ю. Едьютейнмент: освітній та філософський виміри. *Філософсько-теоретичні та практико-зорієнтовані аспекти випереджаючої освіти для сталого розвитку Матеріали III всеукраїнської наукової конференції*. 11 грудня 2014 р., м.Дніпропетровськ. / Наук. ред. О.Є.Висоцька. – Дніпропетровськ: «Роял Принт», 2015. – С. 5-9.
6. Висоцький О.Ю. Освітні технології як чинник ефективності навчання. *Матеріали II всеукраїнської наукової конференції*. м.Дніпро, 2014. С. 35-37.
7. Грубич К. В. Комунікаційні телевізійні технології шоу-програма. *Наукові записки*. Київ, 2015. No 2 (51). С.254-262

8. Гіденс Е. Соціологія: переклад з англійської. Засоби масової інформації та популярна культура: “Мильна опера”. Київ, 1999.
9. Дергач Д.В. Жанрові інновації в сучасних українських масмедіа. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. Київ : Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2022. Вип. 45. С.27-38
10. Дзюба Д. Жанровий аспект сучасного телевізійного контенту. Постановка проблеми. Д. Дзюба Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії. 2012. С. 167-173
11. Дука А. Молодіжний сленг. Як правильно сказати слово душніла українською мовою та що воно означає. 2024. Режим доступу: <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/shcho-oznachaye-slovo-dushnila-ta-yak-perekladayetsya-ukrajinskoju-movoyu-50422362.html> Дата звернення: 31.05.2024
12. Іванова О., Мойсеєва О., Стеблина Н. Місцева преса: посібник для ЗМІ. Як регіональним журналістам працювати за часів нових медіа та кризи демократії. Київ, 2019.
13. Ковалів П.К. Мова – основна ознака національності. 1944. Режим доступу: <https://zbruc.eu/node/93661> Дата звернення: 31.05.2024
14. Михалюк А. М. Edutainment як сучасна інноваційна технологія. Наукові записки Малої Академії Наук. 2023. No 1 (26). С. 72-79
15. Несенюк А. Застосунком «Дія» користуються вже майже 20 млн українців. Над якими новими послугами працює Мінцифри. 2023. Режим доступу: <https://forbes.ua/news/dodatkom-diya-koristuyutsya-vzhe-ponad-20-mln-ukraintsiv-nad-yakimi-novimi-poslugami-pratsyue-mintsifri-23112023-17470> Дата звернення: 29.05.2024
16. Погрібна В.Л. Інформаційна війна як каталізатор геополітичних змін. *Європейська інтеграція в контексті сучасної геополітики* : зб. наук.

статей за матеріалами наук. конф., м. Харків, 24 трав. 2016 р. / редкол.: А.П. Гетьман, І. В. Яковюк, В. І. Самощенко та ін. – Х. : Право, 2016. С. 72–75.

17. Рогозіна Л.А., Негур А.А., Залюбівська О.Б. Педагогічні ідеї Д. Дьюї у світлі сучасних освітніх тенденцій. *Матеріали XLVI науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ*. Вінниця, 2017. С. 1-4

18. Сухопара І., Тимошук М. Особливості застосування технології едьютейнмент на уроках "Я досліджую світ". *Молодий вчений*. 2021. № 10 (98). С. 73-76.

19. Федяй А.А. Особливості використання освітньої технології едьютейнменту в сучасних закладах дошкільної освіти. *Молодий вчений*. 2021. № 10 (98). С. 207-211

20. Череповська Н.І. Формування візуальної медіакультури особистості засобами медіаосвіти. 2007. С.184-186.

21. Шафорост Ю.А. Метод кроссенса як елемент едьютейнмента. Використання на уроках хімії. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Ужгород, 2024. № 1(54) С. 225-231

22. Шевченко Л., Сизонов Д. Теорія медіалінгвістики : підручник / за ред. Л.І. Шевченко. Київ : ВПЦ "Київський університет", 2021. 214 с.

23. Юсипович А.В. Типи програм розважального телебачення України. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2006. С. 63-68

24. Яковленко К. Суспільне запустило "Колайдер": про технології, освіту та історію — підліткам. 2023. Режим доступу: <https://suspilne.media/culture/627057-suspilne-zapustilo-kolajder-pro-tehnologii-osvitu-ta-istoriu-pidlitkam/> Дата звернення: 28.05.2024

25. Addis M. New technologies and cultural consumption. Edutainment is born! *European Journal of Marketing*. 2002. No 39(7/8). С. 1-11

26. Brown W.J., Singhal A. Entertainment-Education Media: An Opportunity for Enhancing Japan's Leadership Role in Third World Development

27. Brown W.J., Singhal A., Rogers E.M. Pro-development soap operas: A novel approach to development communication. *Media Development*, 4. 1988. P. 43-47.
28. Buckingham D., Scanlon M. That is edutainment: media, pedagogy and the market place. Paper presented to the International Forum of Researchers on Young People and the Media. 2000, Sydney.
29. Das S. Edutainment Unveiled: Merging Education And Entertainment Online. 2023. Режим доступа: <https://elearningindustry.com/edutainment-unveiled-merging-education-and-entertainment-online> Дата звернення: 27.05.2024
30. Kitsa M. Popular science programs on TV as a part of media education: features, types, importance for the audience. *Media Education*. Львів, 2018. No 1. P. 145-158
31. Lacayo V. Pop-culture with a purpose. Using edutainment media for social change / Virginia Lacayo, Arvind Singhal. 2008. 53 с.
32. Okan Z. Edutainment: is learning at risk? *British Journal of Educational Technology* Vol 34 No 3. 2003. P. 255–264
33. Resnick M. Edutainment? No thanks. I prefer Playful Learning. *MIT Media Laboratory*. Режим доступа: <http://web.media.mit.edu/~mres/papers/edutainment.pdf>. Дата звернення: 31.05.2024
34. Singhal A. Entertainment-Education: A Communication Strategy for Social Change Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, 1999. – 280 с.
35. Singhal A., Rogers E.M. Educating through television. *Populi*, 16(2). 1989. P. 39-47.
36. Singhal A. PSB: Wholesome Entertainment-Education Transmedia Storytelling. *YOJANA*. 2013. P. 10-15.
37. Tufte T. Entertainment-education in development communication: Between marketing behaviours and empowering people / T. Tufte – Buenos Aires : CLASCO Books, 2005. С. 159-176.

38. Veltman K.H. Edutainment, Technotainment and Culture. Civita Annual Report 2003, Florence: Giunti, 2004.

39. What is edutainment media? // Answers. – Режим доступа: http://www.answers.com/Q/What_is_edutainment_media#slide=1. Дата звернення: 30.05.2024

40. White R. That's Edutainment. *Leisure&Learning Group*. 2003. Режим доступа: <https://www.whitehutchinson.com/leisure/articles/edutainment.shtml>. Дата звернення: 31.05.2024

ДОДАТКИ

Результати соціологічного опитування щодо використання едьютейнменту в українському медіапросторі

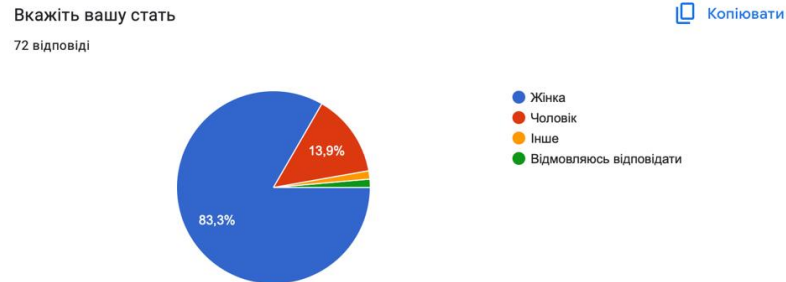


Рис.1.1. Уточнення статі опитаної аудиторії

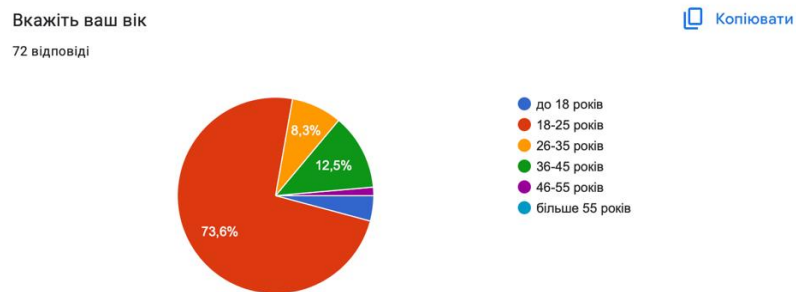


Рис.1.2. Уточнення віку опитаних



Рис.1.3. Розуміння, що собою представляє явище едьютейнмент

Чи розумієте ви мету жанру едьютейнмент в освітньому процесі?

 Копіювати

72 відповіді

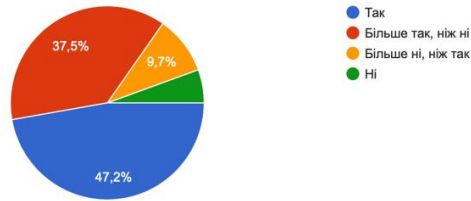


Рис.1.4. Розуміння мети едьютейнменту

Чи часто ви використовуєте едьютейнмент задля вивчення нової інформації?

 Копіювати

72 відповіді

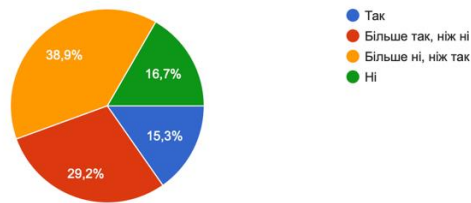


Рис.1.5. Частотність використання явища задля вивчення нової

інформації

72 відповіді

Ви свідомо використовуєте едьютейнмент задля отримання нових знань?

 Копіювати

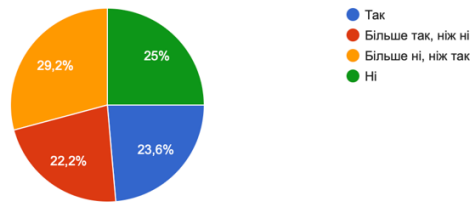


Рис.1.6. Свідоме використання едьютейнменту для отримання нових знань

Чи помітили ви тенденцію до ширшого використання жанру едьютейнмент в українському медіапросторі?

 Копіювати

72 відповіді

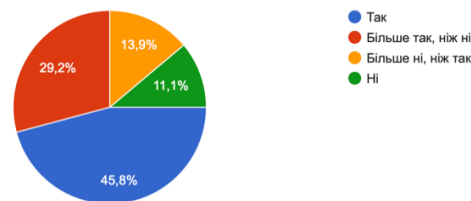


Рис.1.7. Спостереження тенденції щодо застосування явища в українському медіапросторі

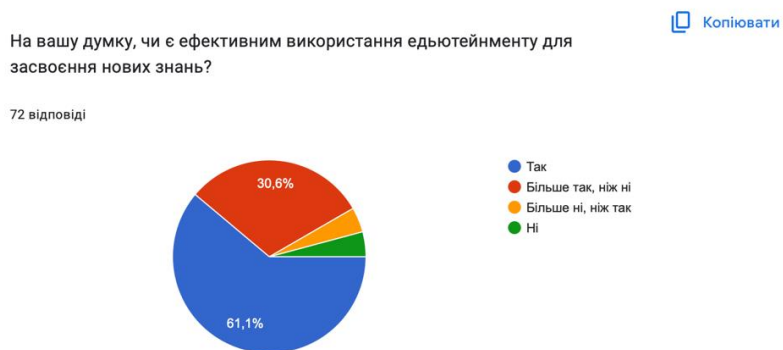


Рис.1.8. Думка щодо ефективності використання явища



Рис.1.9. Ефективність обраних форматів для засвоєння знань