

ИНФОТЕЙНМЕНТ КАК КОММУНИКАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ СОВРЕМЕННЫХ МАССМЕДИА

Массмедиа в современном мире поставлены в рамки жесткой конкуренции. Ежедневная борьба за зрителя приводит к изменениям не только в структуре контента, но и в коммуникативной стратегии СМИ в целом. Инфотейнмент сегодня представляется наиболее перспективным направлением в развитии отечественных массмедиа. В данной статье предпринята попытка анализа арсеналов приемов инфотейнмента, направленных на формирование актуальной коммуникативной стратегии различных массмедиа.

Ключевые слова: инфотейнмент, массмедиа, контент, телевидение, журналистика, СМИ, визуализация, аудитория.

**T.V. Karelova,
Samara University**

INFOTAINMENT AS A COMMUNICATIVE STRATEGY OF MODERN MASS MEDIA

Mass media in the modern world are placed in the framework of fierce competition. The daily struggle for viewers leads to changes not only in the structure of content, but also in the communication strategy of the media as a whole. Infotainment today seems to be the most promising direction in the development of domestic mass media. This article attempts to analyze the arsenals of infotainment techniques aimed at forming an up-to-date communicative strategy of various mass media.

Keywords: infotainment, mass media, content, television, journalism, mass media, visualization, audience.

Инфотейнмент сегодня прочно обосновался в отечественных массмедиа, как явление в целом и как способ подачи информации в частности. Современные журналисты давно привыкли не просто работать, соединяя информацию и развлечение, но и думать категориями инфотейнмента. Ведь нынешней аудитории массмедиа мало просто информации. Аудитория, характеризующаяся

клиповостью мышления, не готова к традиционной подаче новостей. В борьбе за своего зрителя средства массовой информации используют весь арсенал приемов инфотейнмента – необычное музыкальное оформление, специфический видеомонтаж, языковую игру, всевозможную инфографику и многое другое.

В эпоху цифровизации массмедиа трансформируются и принимают новые формы. Сегодня, благодаря интернету, гораздо проще не только получать информацию, но и делиться ей со всеми. Многим журналистам стало тесно в традиционных СМИ. Артемий Лебедев, Алексей Пивоваров, Юрий Дудь²³, Ксения Собчак, Сергей Минаев и многие другие «ушли» на YouTube, который теперь громко называют «новым телевидением». Видеохостинг – отличная площадка для свободного выражения авторской позиции. Вместе с тем можно заметить, что приемы привлечения аудитории в целом не новы. И здесь лидирующие позиции в разработке коммуникативной стратегии и среди способов выражения авторского сознания прочно занимает инфотейнмент.

Так, Алексей Пивоваров на платформе YouTube открыл канал со звучным названием «Редакция». «Здесь будет то, что мы умеем делать, – качественная журналистика» [1], – пообещал своей аудитории журналист. В каждом новом видео, которое выходит на канале (где уже более 3,5 млн подписчиков), Пивоваров, казалось бы, показывает обычные выпуски новостей. Он рассказывает о том, что произошло в стране и мире.

И все же даже «качественная» журналистика невозможна сегодня без инфотейнмента. Понимая и принимая это, Алексей Пивоваров делает все, чтобы привлечь внимание аудитории к своему продукту. Его приятная для слуха речь изобилует вербальными приёмами инфотейнмента. Здесь и шутки, и каламбуры, и языковая игра, и различные обращения к зрителю, находящемуся по ту сторону экрана. «Всем известно выражение «vox populi» – «глас народа». Веяние нового времени «vax populi». «Vax», думаю, не нуждается в расшифровке» [2], – играет словами руководитель «Редакции». Аудитория, воспринимая речевые приемы инфотейнмента, которые использует Пивоваров, начинает доверять автору и включается в процесс обсуждения. Видеоряд выпусков тоже продуман в концепции инфотейнмент – мемы, рейтинги, инфографика. Динамичная картинка не дает зрителю заскучать. Даже футболку Пивоваров каждый раз подбирает под статью самой злободневной и актуальной теме дня.

²³ Признаны в Российской Федерации иностранными агентами.

Изобилуют речевыми приемами инфотейнмента и официальные средства массовой информации. Так, в одном из выпусков «Вестей недели» Дмитрий Киселев рассказывает о поведении журналистки Хэдли Гэмбл на интервью с президентом Российской Федерации: «Американка, надо сказать, довольно бесстыже, без оглядки на то, что происходит в самих США, допытывалась у Путина про нехватку свобод в России» [3]. Яркие, эмоционально окрашенные речевые обороты наилучшим образом передают отношение ведущего программы к освещаемой теме. В сочетании с визуальным оформлением студии (ведущий стоит на фоне скриншота из интервью, на котором журналистка демонстрирует длинные ноги, обутые в туфли на шпильке; президент, как обычно, в строгом костюме) вербальные приемы, используемые Киселевым, выполняют аттрактивную, фасцинативную, редуционистскую функции инфотейнмента. Инфотейнмент как метод и как формат подачи информации – явление полифункциональное. Речь в данном случае идет не только и не столько об информировании и развлечении. Контент, созданный в этом формате, предстает для аудитории удобным, интересным и практичным для пользователя.

Коммуникативная стратегия современных телеканалов стремится максимально отвечать на запросы аудитории. Подавляющее большинство программы создается в концепции инфотейнмента – информируя, развлекай. В связи с этим справедливо звучит утверждение о том, что «информация – товар, нуждающийся в выгодной продаже, а значит, с коммерческой точки зрения выиграет тот поставщик информации, не отличающейся в век интернета большим разнообразием, кто сможет выгодно ее преподнести» [4]. Рациональная «упаковка» контента заключается в грамотном использовании вербальных и невербальных приемов инфотейнмента.

Невербальные (визуальные) приемы инфотейнмента сегодня особенно актуальны. Массмедиа стремятся подавать любой контент в максимально простой и понятной форме. Исследователи подчеркивают тренд на повсеместное использование, например, инфографики: «она становится трендом, отвечающим требованиям современной журналистики – оперативной, насыщенной различными видами данных, мультимедийной» [5]. Инфографика, представляющая собой ни что иное, как креолизированный текст, активно применяется во всех типах СМИ. Так, на канале «Россия 24» выходит проект «Россия в цифрах» [6], который представляет статистические данные в виде динамичных графиков, таблиц, диаграмм. Авторы данного контента профессионально используют и содержательные, и структурно-композиционные приемы инфотей-

нмента. Музыкальное оформление, грамотный монтаж, визуализация данных – все работает на то, чтобы в простой и понятной форме донести до аудитории сложную информацию. При этом аудитория максимально погружена в процесс телесмотрения, так как ролики длиной всего в одну минуту выходят без закадрового текста.

Другой пример визуализации контента с помощью инфографики – рубрика «Газеты.ru» [7] с одноименным названием. «Об уходе каких брендов сожалению россияне», «Как менялась ключевая ставка Банка России», «Частичная мобилизация в России» – эти и другие темы подаются на информационном портале в виде схем, графиков, таблиц, диаграмм.

Таким образом, в результате четко продуманного сочетания вербальной и визуальной информации, в результате выражения авторского сознания посредством приемов инфотейнмента современные массмедиа успешно развиваются и завоевывают все новую и новую аудиторию. Инфотейнмент как коммуникативная стратегия современных массмедиа – своевременное и актуальное явление, которое еще долго будет привлекать исследователей в области теории журналистики.

Список литературы:

1. <https://www.youtube.com/c/Редакция>
2. Редакция. News: эпоха шмурдяка, оскорбители чувств, вальс автозаков // https://www.youtube.com/watch?v=g_Wtlxhtfbw
3. Вести недели // Эфир от 17.10.2021 // <https://smotrim.ru/video/2348744>
4. Захарченко Н.А., Карелова Т.В. Инфотейнмент как перспективный способ презентации видеоинформации // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. № 4. Т.1. 2021. С. 104.
5. Лайкова Я. В. Инфографика в СМИ разного типа // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2014. № 4. С.42.
6. <https://вести.сайт/video/rubrics/rossiya-v-cifrah/>
7. <https://www.gazeta.ru/infographics/>