

Феномен инфотейнмента в современной медиакультуре

Научный руководитель – Ломакина Анастасия Андреевна

Кильмаматова Карина Ринатовна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Кафедра журналистики и телевидения, Москва, Россия
E-mail: karina15_16@mail.ru

Зародившийся в конце XX века инфотейнмент в настоящее время является неотъемлемой частью современной медиакультуры. Он включает в себя несколько способов и методов подачи новостной информации, начиная от языка, заканчивая имиджевым построением той или иной программы.

Современному обществу свойственны недолговечность ценностей и идеалов, временный характер потребностей, резкое увеличение объема научно-технических сообщений, повышение степени разнообразия жизненных явлений. Огромный поток сведений лишает возможности человека рационально мыслить. В таких реалиях стало популярно явление «эскапизм» - бегство от реальности [2]. В информационно-новостной повестке данное явление выражается в потребности публики в сообщениях развлекательного характера. Данный запрос удовлетворяется именно инфотейнментом, являющимся порождением постмодернизма.

Постмодернистская тенденция в медиатексте приводит к смешению документального и художественного дискурса. Реальные события трансформируются, становятся частью условного контекста, который может стать интереснее самой информации. Одна из особенностей постмодернистского медиатекста - способность не только отражать действительность, сколько моделировать ее, то есть создавать новую реальность [1].

Масштабность развлекательной функции массовых коммуникаций обуславливается и самим «устройством» человека как развлекающегося существа. Также, стоит отметить и тему постмодернистской антитезы «рабочее время - свободное время» [5].

Создатели программ тщательно анализируют свою целевую аудиторию, подбирая нужный контент, удовлетворяющий запрос зрителей. Исходя из функций инфотейнмента, мы понимаем, что передачи такого плана наиболее подходят под «настроения» общества: информационная, развлекательная, эскапистская, гедонистическая, образовательная и адаптивная [1].

Одной из первых программ на российском телевидении, сделанной с использованием метода инфотейнмента, стала серия передач Леонида Парфенова «Намедни», которая выходила на телеканале «НТВ» с 2001 по 2004 года. Создатели ориентировались исключительно на опыт американских коллег. Эпопею продолжил общественно-политический телевизионный журнал «Неделя» с Марианной Максимовской на телеканале «Ren-TV». Нельзя не отметить и информационно-аналитическую передачу «Времена» с Владимиром Познером, где ведущий активно использует юмор, шутки и играет как со зрителем, так и с приглашенными гостями [4].

Существует два вида инфотейнмента: конструктивный и деструктивный. К конструктивному типу относятся позитивные применения феномена. Журналисты все чаще подают сложную информацию в доступном и интересном виде. Примером может послужить рубрика «Россия в цифрах» на телеканале «Россия 24». Обилие яркой графики, схем, диаграмм, музыкального сопровождения помогают наилучшим образом привлечь внимание самых разных сегментов аудитории. Конструктивный тип можно описать следующим

образом: информируя - развлекай, развлекая - просвещай. Одним из примеров является «Галилео» на телеканале «СТС».

Деструктивный тип характеризует негативные стороны феномена. На первый план выдвигается форма, а не содержание и смысл информационного сообщения. Происшествия, катастрофы, социальные проблемы стали объектом для привлечения аудитории [3]. Примером может послужить «Международная пилорама» с Тиграном Кеосаяном на телеканале «НТВ». Серьезные информационные материалы, подающиеся с иронией, смехом, только вызывают отторжение аудитории. Программа «Ты не поверишь!» на «НТВ» также относится к данному типу. Именно форма превалирует над информацией: шум, блеск и пошлость торжествуют при помощи «как».

Стоит заметить, что чрезмерное использование приемов инфотейнмента влияет на качество информационно-аналитической программы. Чем чаще журналист прибегают к инфотейнменту, тем тяжелее зрителю воспринимать информацию. Программа постепенно перестает выполнять главную функцию - информационную - и становится развлекательной передачей [3].

Главенствующей концепцией в медиа является инфотейнмент. Многие подвергаются насмешке и переосмысляется через призму иронии. Новости о важных событиях становятся в одном ряду с «псевдоновостями». Воздействие постмодернистских идей отражается и на речи журналистов. Пропадают принятые в обществе ограничения, связанные с освещением запретных тем. Современные массмедиа не стремятся воспитать аудиторию, а по большей части берут на себя рекреативную функцию. Тем не менее, именно инфотейнмент в основе коммуникативной стратегии позволяет СМИ оставаться востребованными исходя из активно процветающей постмодернистской тенденции.

Источники и литература

- 1) 1. Богданова Е.М. Феномен инфотейнмента на телевидении // Наука телевидения. 2012. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-infoteynmenta-na-televidenii> (дата обращения 17.03.2022).
- 2) 2. Евдокимов В.А. Инфотейнмент в масс-медиа: панацея от скуки и эрзац дискуссии // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2010. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/infoteynment-v-mass-media-panatseya-ot-skuki-i-erzats-diskussii> (дата обращения 17.03.2022).
- 3) 3. Захарченко Н.А., Карелова Т.В. Инфотейнмент в современных массмедиа. – Самара: Издательство Самарского университета, 2020. – 88 с.
- 4) 4. Карпенко И.И., Лобановская Е.Ю., Ельников О.Е., Горборукова Л.С. Использование метода инфотейнмента в практике современного российского телевидения // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2017. №28 (277). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-metoda-infoteynmenta-v-praktike-sovremennogo-rossiyskogo-televideniya> (дата обращения 17.03.2022).
- 5) 5. Стойков Л. Гедонистическая функция медий: инфотейнмент и реалити-шоу. // Regla, 2007, №4.
- 6) 6. Щербаль С.С. Инфотейнмент как метод создания телевизионного контента // Вестник ВУиТ. 2021. №4 (36) URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/infoteynment-kak-metod-sozdaniya-televizionnogo-kontenta> (дата обращения 16.03.2022).