

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТИЛИСТИЧЕСКИХ ПРИЕМОВ ИНФОТЕЙНМЕНТА В МЕДИАКОНТЕНТЕ**

В условиях нынешнего медиапространства инфотейнмент (сочетание информации и развлечения) утвердился как один из доминирующих способов структурирования медиаповествования, диктуя, каким образом публика воспринимает и осмысляет поступающие сведения. Актуальность обращения к инфотейнменту обусловлена несколькими факторами: коммерческим давлением в сфере медиа и конкуренцией за внимание потребителя, переходом фокуса от "чистой" информации к гибридным форматам «информация + развлечение», а стилистической трансформацией новостного и научно-популярного дискурса. В этих условиях анализ стилистических приемов инфотейнмента и их функций становится важным не только для теории медиа, но и для практики современной журналистики.

Для инфотейнмента свойственны неформальный, разговорный тон, использование экспрессивной лексики, оценочных эпитетов, иронии, игры слов, каламбуров и аллюзий (отсылок к известным фильмам, песням, интернет-мемам). С визуальной точки зрения инфотейнмент полагается на динамичный монтаж, яркую графику, крупные планы, активную мимику и жесты ведущего, музыкальное сопровождение и интеграцию мультимедийных элементов (инфографика, мемы, фрагменты видеоконтента). Как на ТВ, так и в интернете, эти визуальные инструменты не просто поясняют сказанное, но и сами становятся важными источниками смысла и эмоций, задавая ритм, общую атмосферу и степень «зрелищности» контента [1].

Стилистические приемы инфотейнмента в медиатекстах можно условно разделить на несколько основных групп: игровые, эмоционально-оценочные, драматизирующие и упрощающие восприятие [2].

Игровые приёмы (языковые игры, каламбуры, нарушенные ожидания, обыгрывание прецедентных текстов и культурных кодов: цитаты из фильмов, песен, мемов), являются характерной чертой инфотейнмент-стратегий в цифровом медиапространстве. Эти элементы служат для создания развлекательного компонента, вызывают эффект «соучастия» и включенности аудитории. Показательным примером выступает белорусский YouTube-канал Art's Animations, развивающий серию "Countryballs", где страны и культурные сущности репрезентируются в виде анимированных шаров с глазами и ртами. Сам формат

предполагает визуально-метафорическую игру: абстрактные, исторически и культурно сложные феномены трансформируются в условные персонажи, что создает дистанцию по отношению к серьёзности тематики и формирует игровой модус восприятия.

Языковая игра проявляется уже на уровне номинации. Так, использование форм типа “Belarusball” представляет собой словообразовательную модификацию культурно-географических понятий посредством добавления компонента -ball, что переводит национально-государственный концепт в плоскость игровой метафоры.

Внутри самих видео игровой аспект реализуется через метафоризацию, ироничные диалоги и гиперболизированные реакции персонажей. Реплики функционируют как микро-каламбуры или перефразировки устойчивых культурных коннотаций, а графические элементы анимации закрепляют комический эффект. В результате фактический или культурно-исторический материал не просто иллюстрируется, а подвергается пародийному пересбору, где информационное содержание интегрируется в структуру визуально-языковой игры. Подобная стратегия соответствует логике инфотейнмента: серьёзный предмет репрезентации сохраняется, однако подается в игровой, иронически сниженной форме, что облегчает его восприятие и одновременно повышает вовлеченность аудитории.

Эмоционально-оценочные приёмы (экспрессивная и разговорная лексика, сниженная или сленговая речь, ирония, сарказм, оценочные эпитеты, маркированные метафоры), являются значимым инструментом инфотейнмента при репрезентации культурного материала. Эти средства усиливают субъективность подачи материала и имитируют «живое» общение. Показательным примером служит YouTube-канал Tradycyja / Belarusian Traditional Culture, посвящённый традиционной белорусской культуре, ремёслам, костюмам и обрядовой практике. Несмотря на тематическую близость к этнографическому и историко-культурному дискурсу, подача материала здесь выстроена не в академическом, а в персонализированном, диалогическом регистре.

Речь ведущих характеризуется обращённостью к зрителю и активным использованием разговорных формул, что проявляется в риторических вопросах и прямых апелляциях типа «Вы когда-нибудь замечали...?» или «Да вы только посмотрите на это величие – разве это не потрясающе?». Подобные конструкции выполняют не только коммуникативную, но и прагматическую функцию: они моделируют эффект присутствия и включённости аудитории в процесс интерпретации культурных феноменов. Описания к видео также строятся на эмоционально насыщенных формулах, включая выражения типа

«старые традиции могут согреть сердце», что переводит культурный объект из сферы нейтрального описания в пространство ценностного переживания. Лексемы с позитивной коннотацией («потрясающе», «душевные», «великолепие») и разговорные синтаксические структуры трансформируют информативное сообщение в личностно окрашенное высказывание. В результате культурные факты подаются не как совокупность объективных сведений, а как эмоционально значимые элементы коллективной идентичности. Подобная стратегия соответствует логике инфотейнмента, в рамках которой информационный компонент сохраняется, однако усиливается за счёт субъективно-оценочного слоя, формирующего устойчивую эмоциональную связь между медиатекстом и аудиторией.

Драматизирующие приёмы (сенсационные заголовки, гиперболизация, акцент на конфликте, персонализация, драматические контрасты), занимают значимое место в структуре инфотейнмент-дискурса, особенно в сфере музыкальной и художественной журналистики. Показательным примером выступает проект Міністэрства сепультуры, ориентированный на анализ белорусской музыки и современного искусства. Формат канала сочетает элементы публицистики с приёмами медиадраматизации, что позволяет усилить эмоциональную интенсивность подачи материала.

На уровне заголовков активно используются сенсационные формулы типа «Шокирующая правда о новом альбоме – вы не поверите своим ушам!», которые апеллируют к эффекту неожиданности и предполагаемой скрытой информации. Подобные конструкции формируют предварительное ожидание разоблачения или конфликта, тем самым программируя восприятие аудитории. В речевой практике ведущего фиксируются гиперболизированные характеристики, например «Этот трек взорвал чарты, и никто не ожидал такого!», где экспрессивные глаголы и обобщающие утверждения усиливают масштаб события и придают ему исключительный статус.

Персонализация реализуется через прямые обращения к зрителю и использование формулы коллективного рассказчика («мы расскажем, что скрывают за кулисами музыкальной индустрии»), что создаёт иллюзию доверительного взаимодействия и совместного раскрытия значимой информации. Одновременно элементы скандализации проявляются в акцентировании провалов, конфликтов и «закулисных» аспектов индустрии, что усиливает нарративную напряжённость. В результате культурный или музыкальный факт интерпретируется не как нейтральное событие, а как драматический эпизод с признаками исключительности и интриги. Такая стратегия соответ-

ствуется логике драматизирующих приёмов инфотейнмента, где информационный компонент дополняется эмоционально-конфликтным каркасом, удерживающим внимание аудитории и формирующим эффект значимости происходящего.

Упрощающие восприятие приёмы (сторителлинг, нарративизация сложных тем, клиповая структура текста, геймификация, опора на визуальные и мультимедийные элементы), представляют собой ключевой инструмент инфотейнмент-стратегии при трансляции культурно-исторического материала. Цель этих методов – сделать сложную информацию максимально доступной и «легкой» для массового потребления. Показательным в этом отношении является сопоставительный анализ контента каналов Tradycyja / Belarusian Traditional Culture и Art's Animations, где данные механизмы реализуются в различных, но структурно сходных формах.

В видеоматериалах Tradycyja нарративизация проявляется через чётко выстроенную логическую последовательность из типовых вопросов: что представляет собой рассматриваемый объект, каково его происхождение, каким образом он функционировал и почему имеет культурную значимость. Такая композиционная модель формирует когнитивно предсказуемую структуру восприятия и снижает уровень абстрактности информации. Дополнительную роль играет метафоризация, выраженная в формулировках типа «каждая одежда – как книга, рассказывающая целую историю», где материальный артефакт интерпретируется через понятный образ текста-носителя смысла. Подобный перенос облегчает интерпретацию культурного кода и способствует его эмоциональному осмыслению. Клиповая подача реализуется через деление материала на короткие тематические сегменты, каждый из которых решает самостоятельную познавательную задачу и визуально поддерживается иллюстрациями, реконструкциями или демонстрацией деталей.

В случае Art's Animations упрощение достигается преимущественно за счёт визуальной метафоризации и геймификации. Персонажи-шарики функционируют как символические репрезентации народов или государств, а их диалоги, построенные по модели «я – символ и рассказываю о себе», переводят сложные историко-культурные процессы в формат персонифицированного повествования. Визуальные аллюзии, условность образов и игровая структура взаимодействия создают эффект участия в «игре смыслов», где образовательный компонент интегрирован в сюжетную динамику. В совокупности данные приёмы обеспечивают когнитивное упрощение материала: сложные культурные конструкции трансформируются в по-

следовательные, образно подкреплённые и визуально структурированные элементы, что повышает доступность и удержание внимания аудитории без полной утраты информационной составляющей.

Таким образом, стилистические приёмы инфотейнмента формируют особую модель медиарепрезентации, сочетающую информативность и развлекательность. Игровые, эмоционально-оценочные, драматизирующие и упрощающие стратегии обеспечивают вовлечённость аудитории и доступность сложного материала, однако одновременно трансформируют характер интерпретации фактов, усиливая субъективность и снижая аналитическую глубину медиатекста.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Басаргина Е.О. Инфотейнмент как стратегия создания авторской программы на телевидении / Е.О. Басаргина // Международный научно-исследовательский журнал. – 2022. – №5 (119).

2. Карпенко, И.И. Языковая игра как вербальный прием инфотейнмента в практике российских региональных печатных СМИ / Карпенко И.И., Короченский А.П., Меринов В.Ю., Хорольский В.В. // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – 2024. – 43(4). – С. 421–435.

УДК 659.441.1:796.06

Н.И. Ковалевская, ст. преп.  
(БГТУ, г. Минск)

### **ВЛИЯНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ НА ДИЗАЙН ИМИДЖЕВОГО ПРЕЗЕНТАЦИОННОГО ПОКАЗА**

Имиджевый презентационный показ – это мощный инструмент визуальной коммуникации, который позволяет компаниям представлять свои продукты или услуги в привлекательной и запоминающейся форме, формировать статус и узнаваемость бренда. Скорость смены аудиторий, разнообразие каналов и рост ожиданий по персонализации требуют от дизайнеров имиджевой рекламы учитывать предпочтения целевой аудитории на этапе планирования и реализации визуального повествования. В таких условиях вопрос о том, как именно предпочтения аудитории влияют на дизайн и динамику имиджевого показа, приобретает особую значимость: от выбора цветовой палитры и стиля типографики до подбора образов, темпа подачи материала и уровня интерактивности. Неправильно подобранный визуальный язык, неверный темп или неаккуратная работа с образами могут снижать во-