

**Котова О.Л.,**

здобувач вищої освіти III курсу  
кафедри івент-менеджменту та соціальних  
комунікацій ВП «Миколаївська філія  
Київського національного університету  
культури і мистецтв»;

Науковий керівник: Єрмолаєва Г.А.,  
кандидат педагогічних наук, доцент  
кафедри івент-менеджменту та соціальних  
комунікацій ВП «Миколаївська філія  
Київського національного університету  
культури і мистецтв», м. Миколаїв,  
Україна

## **ІНФОТЕЙНМЕНТ ЯК СПОСІБ ПОДАННЯ ІНФОРМАЦІЇ**

Інфотейнмент (англ. infotainment — information + entertainment.) - це стиль подання інформації, в якому важлива і складна для сприйняття інформація представлена в розважальному форматі [1].

Як виник інфотейнмент. Вважається, що цей метод подачі інформації зародився у 70-х роках на Заході, коли звичні формати медіа зжили себе і рейтинги телебачення та радіо почали падати. Щоб покращити ситуацію, медіа почали експериментувати з форматами подачі матеріалу та випускати нові типи програм. Так з'явилися популярні й донині ток-шоу, політичні шоу, спортивна аналітика і всі інші формати, які торкаються популярних тем, що цікавлять маси.

Існує два види інфотейнменту: конструктивний та деструктивний.

Конструктивний інфотейнмент. У цьому вигляді інфотейнменту зміст має пріоритет над формою. Це означає, що розважальні елементи та гейміфікація спрямовані на швидке засвоєння та розуміння складної та навіть наукової інформації.

Одним із яскравих прикладів є наукові YouTube-шоу, в яких на елементарних прикладах розглядають закони фізики, хімії, математики, психології, соціології та інших наук. Подібні шоу збирають мільйони переглядів та надихають молодих людей з інженерними та науковими нахилами на власні експерименти.

Цікавий формат інфотейнменту представляє український Youtube-канал «Телебачення Торонто», в якому злободенні новини та складні соціальні проблеми приправлені сатирою та цікавими візуальними рішеннями. Виглядає це як пародія стилю жовтої преси, покликана полегшити вхід у поле складних і суперечливих тем.

Конструктивний інфотейнмент – це здоровий та сучасний підхід до передачі інформації. Набагато ефективніше доносити інформацію, наприклад, про вакцинацію проти коронавірусу за допомогою анімованого відео, мультфільму з жартами та інфографіками, ніж через консервативну програму новин по телебаченню.

Деструктивний інфотейнмент. І тут форма тяжіє над змістом. Для цього підходу важливою є не суть інформації, а хто, як і в яких декораціях її подає. ЗМІ женуться за кількістю переглядів, роздмухуючи сенсацію з пересічних подій, перекидаючи контекст та провокуючи глядачів на емоції.

Для такого стилю подачі інформації характерний клікбейт, використання стереотипів, кліше та ін. Яскравим прикладом є розважальна, строката реклама онлайн-казино, букмекерських контор.

Важливо розуміти, що подібні маніпуляції змінюють свідомість людини, формуючи у неї певну картину світу та систему цінностей, що призводить до маргінального способу життя та примітивізації мислення. Коли інформація подається у спрощеному дуальному варіанті, це формує в аудиторії односторонню думку про соціально-значущі питання [2].

На момент масового поширення соціальних мереж інфотейнмент вже давно був мейнстримом. Свобода слова, відсутність цензури та загальна технічна доступність інформаційних ресурсів дуже швидко призвели до того, що інформаційно-розважальна концепція почала набувати гіпертрофованого вигляду. Виявився суттєвий перекис у бік видовищності на шкоду об'єктивності та інформативності. На перший план вийшло "як", а не "що".

Метод «інфотейнмент» - розігрування новини. Даний метод вимагає творчого підходу в створенні і оформленні матеріалу. Крім багатомірності, різнобічності освітлення проблеми даний метод вимагає і обов'язкової групової роботи на всіх етапах (від задумки, до верстки).

Інфотейнмент, як поєднання новин і розважальної інформації, є новим способом впливу на масову аудиторію. Такі передачі стають привабливішими для пересічного глядача, слухача, вони звичайно розширюють аудиторію [3].

Інфотейнмент можна впровадити як один із інструментів у контент-маркетинг. З його допомогою користувачам буде легше засвоювати інформацію зі статей блогу, gmail розсилок та постів у соцмережах. Розважальний зміст виділяється серед інших публікацій, заголовків та у видачі пошукових систем.

Необхідно враховувати позиціонування бренду, оскільки комунікація та спосіб подання інформації не повинен суперечити стилю бренду. Некоректне використання інфотейнменту лише спричинить розбрат серед вашої аудиторії.

### **Список використаних джерел:**

1. Лісневська А.Л. Інфотейнмент та гра як складові технології створення телевізійних новин [Електронний ресурс] / А. Л. Лісневська, Т. М. Коженова - Режим доступу:

<https://synopsis.kubg.edu.ua/index.php/synopsis/article/view/100/88>. - Назва з екрану

2. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник для студентів педагогічних коледжів / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. — Київ.: Центр Вільної Преси, 2014. — 431 с.

3. Інфотеймент як жанр українських мадіа [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://student.zoomru.ru/jurnalist/nfotejment-yak-zhanr-ukranskih-mada/217267.1739801.s3.html> - Назва з екрану

**Крамар М.О.,**

здобувач вищої освіти III курсу кафедри музичного та хореографічного мистецтва ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»;

Науковий керівник: Піхтар О. А., кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри музичного та хореографічного мистецтва ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв», м. Миколаїв, Україна

## **ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РІЗНИХ СФЕРАХ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ**

Глобалізація та інформаційно-комунікативні технології є двома ключовими тенденціями сучасного світу. Глобальна взаємодія й обмін інформацією відіграють значущу роль у розвитку суспільства, економіки, політики, культури та інших сферах життя. Проте, вони також породжують ряд викликів і проблем, таких як приватність даних, кібербезпека, нерівність у доступі до технологій, культурна асиметрія тощо.

Використання інформаційно-комунікативних технологій (ІКТ) охоплює широкий спектр аспектів і сфер. Ось деякі з найважливіших аспектів використання ІКТ:

1. Економіка і бізнес: ІКТ дозволяють підприємствам автоматизувати процеси, покращити управління, робити аналітику даних та впливають на глобальну торгівлю.

2. Освіта: ІКТ використовуються в навчальних закладах для забезпечення доступу до знань, відкривають можливості для дистанційного навчання.

3. Медицина: електронні медичні записи, телемедицина та інші технології полегшують діагностику та лікування хвороб.

4. Спілкування й соціальні мережі: ІКТ дозволяють людям спілкуватися, обмінюватися інформацією, створювати віртуальні спільноти.

5. Культура і розваги: вони змінили культурний ландшафт, спосіб перегляду фільмів, читання книг, слухання музики та інші види розваг.