

Инфотейнмент - это гибрид информативного и развлекательного контента. Силье оформления и подачи таково, что потребители получают серьёзный материал в лёгкой, непринужденной, а иногда даже ироничной форме.

Основными задачами инфотейнмента являются формирование эмоционального отклика и персонализация.

Информационно-развлекательный контент предназначен для того, чтобы быть информативным и в то же время достаточно интересным, чтобы привлекать и поддерживать интерес.

Как возник инфотейнмент

Считается, что этот метод подачи информации зародился в 70-х годах на Западе, когда привычные форматы медиа изжили себя и рейтинги телевидения и радио начали падать. Чтобы улучшить ситуацию, медиа начали экспериментировать с форматами изложения материала и выпускать новые типы передач. Так появились популярные и по сей день ток-шоу, политические шоу, спортивная аналитика и все остальные форматы, которые затрагивают популярные темы, интересующие массы.

В корне начала меняться концепция журналистики когда ведущий или репортёр вместо констатации фактов преподносит информацию через призму собственной картины мира, дополняя субъективными оценками и личными эмоциями.

Изначально информационно-развлекательный формат был призван сделать новости и политику интересными широкой публике. И если сперва СМИ выполняли политические задачи по формированию идеологии, то в условиях развития рынка фокус их интересов сместился в экономическую плоскость. Это привело к объединению рекламы, маркетинга и масс-медиа. Формирование потребительского спроса и управление им стало одной из основных задач СМИ.

Виды инфотейнмента

Конструктивный

. Сложная информация оформляется в простом, доступном и увлекательном виде. Начиная от инфографики и заканчивая научно-популярными шоу. Благодаря этому существенно проще заинтересовать и увлечь аудиторию сложными, важными и значимыми вещами.

Одним из ярких примеров являются научные YouTube-шоу, в которых на элементарных примерах рассматривают законы физики, химии, математики, психологии, социологии и прочих наук.

Деструктивный

Негативная сторона инфотейнмента стала проявляться в динамике по мере коммерциализации СМИ. Стало важно как, кем и в каком виде преподносится информация, а сама суть и содержание начали постепенно отходить на второй план.

Серьёзные проблемы, происшествия и острые социальные вопросы стали объектом привлечения внимания. Начинкой, которую можно профессионально упаковать в развлекательную форму и подать аудитории. Передёргивание контекста стало обыденным в целях обеспечения сенсационности.

В качестве одного из примеров можно рассмотреть рекомендательную ленту контента и платформу для блогеров Яндекс.Дзен. В основе её концепции лежит поощрение авторов, производящих уникальный, качественный контент и релевантные рекомендации читателям, основанные на их интересе и пользовательском опыте.

Несмотря на продуманные алгоритмы, на платформе сплошь и рядом можно наблюдать как материалы, оформленные в развлекательном стиле, имеют существенно более широкие охваты, чем полезный, экспертный контент прикладного характера.

Благодаря этому многим авторам с узкими, специфическими темами достаточно трудно получать внимание аудитории. Предсказуемо популярность достаётся каналам про политику, личную жизнь медийных лиц и кулинарию, которые оформляют контент в информационно-развлекательной манере.

Важно понимать, что подобные манипуляции меняют сознание человека, формируя у него определённую картину мира и систему ценностей, что приводит к примитивизации мышления. Когда информация преподносится в упрощённом дуальном варианте, это формирует у аудитории однобокую точку зрения на социально-значимые вопросы.