



УДК 070

DOI 10.52575/2712-7451-2024-43-4-421-435

## Языковая игра как вербальный прием инфотейнмента в практике российских региональных печатных СМИ

<sup>1</sup> Карпенко И.И., <sup>1</sup> Короченский А.П., <sup>2</sup> Меринов В.Ю., <sup>3</sup> Хорольский В.В.

<sup>1</sup> Белгородский государственный национальный исследовательский университет,  
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, д. 85

<sup>2</sup> Российский государственный университет социальных технологий,  
Россия, 107150, г. Москва, ул. Лосиноостровская, д. 49

<sup>3</sup> Воронежский государственный университет,  
Россия, 394018, г. Воронеж, Университетская площадь, д. 1

[karpenkoirina@bsuedu.ru](mailto:karpenkoirina@bsuedu.ru), [v.merinov@rgust.ru](mailto:v.merinov@rgust.ru), [khoroibox@mail.ru](mailto:khoroibox@mail.ru)

**Аннотация.** Использование языковой игры при подготовке журналистского материала может способствовать привлечению внимания аудитории к журналистскому тексту, а также улучшить запоминаемость фактов. Несмотря на достаточно большое количество научных изысканий в области исследования языковой игры и ее применения в литературе, в современном научном дискурсе недостаточно изучено ее использование в журналистике. Целью данного исследования является выявление прецедентов применения в СМИ разных приемов языковой игры и их систематизация. Исследование проводилось на основе анализа медиатекстов белгородского регионального молодежного журнала «ОнОнас» как издания, наиболее часто прибегающего к использованию языковой игры в своей практике. В результате исследования был выявлен ряд приемов языковой игры: графические, словообразовательные, фонетические, морфологические, лексические и синтаксические. Полученные результаты вносят вклад в развитие теории журналистики в части систематизации вербальных приемов инфотейнмента в целом и языковой игры в частности.

**Ключевые слова:** репрезентация медийного контента, вербальная репрезентация, региональные СМИ, приемы языковой игры, журналистский текст

**Для цитирования:** Карпенко И.И., Короченский А.П., Меринов В.Ю., Хорольский В.В. 2024. Языковая игра как вербальный прием инфотейнмента в практике российских региональных печатных СМИ. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 43(4): 421–435. DOI: 10.52575/2712-7451-2024-43-4-421-435

## Wordplay As a Verbal Technique of Infotainment in the Practice of Russian Regional Print Media

<sup>1</sup> Irina I. Karpenko, Alexander P. Korochensky, <sup>2</sup> Valery Yu. Merinov,  
<sup>3</sup> Viktor V. Khorolskii

<sup>1</sup> Belgorod State National Research University,  
85 Pobeda St, Belgorod 308015, Russian Federation

<sup>2</sup> Russian State University of Social Technologies,  
49 Losinoostrovskaya St, Moscow 107150, Russian Federation

<sup>3</sup> Voronezh State University,  
1 Universitetskaya Sq., Voronezh 394018, Russian Federation

[karpenkoirina@bsuedu.ru](mailto:karpenkoirina@bsuedu.ru), [v.merinov@rgust.ru](mailto:v.merinov@rgust.ru), [khoroibox@mail.ru](mailto:khoroibox@mail.ru)

**Abstract.** The use of wordplay in the preparation of journalism material can help attract the readers' attention to the journalistic text, as well as improve the memorability of facts. Despite a fairly large number of research works on wordplay and its application in literature, its use in journalism has not been sufficiently



studied in modern scientific discourse. The purpose of this study is to identify precedents for the use of various wordplay techniques in the media and their systematization. The study was conducted based on the analysis of media texts of Belgorod regional youth magazine "OnOnas", as a resource that most often resorts to the use of wordplay. As a result of the study, a number of wordplay techniques were identified: graphic, word-building, phonetic, morphological, lexical, and syntactic ones. The results obtained contribute to the development of the theory of journalism in terms of systematization of infotainment verbal techniques in general and wordplay in particular.

**Keywords:** the media content representation, verbal representation, regional media, language game techniques, journalistic text

**For citation:** Karpenko I.I., Korochensky A.P., Merinov V.Yu., Khorolskii V.V. 2024. Wordplay As a Verbal Technique of Infotainment in the Practice of Russian Regional Print Media. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 43(4): 421–435 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2024-43-4-421-435

## Введение

Возросший в связи с развитием информационно-коммуникационных технологий темп жизни привел к многократному увеличению информационных потоков, во много раз превышающих объем возможного потребления человеком. Сложившаяся ситуация дает толчок к поиску новых форм представления журналистского произведения со сниженной информационной нагруженностью в условиях интернет-коммуникации и тотальной интерактивизации контента, но без потери смыслов [Нильсен, Лоранжер, 2009]. Из этого вытекает необходимость постоянного поиска новых форм репрезентации медийного контента. Одним из таких методов является инфотеймент в совокупности с большим арсеналом приемов вербальной и невербальной репрезентации информации.

Феномен инфотеймента в массмедийной практике начал зарождаться еще в 1980-е гг. XX в. в США, когда исследователями СМИ было замечено снижение интереса аудитории к информационным телевизионным программам. Формы подачи информации начали меняться: журналисты стали чаще появляться в кадре наравне с героями сюжетов, использовались различные средства монтажа телепередачи, новые приемы съемок, спецэффекты, графика и анимация. Использование элементов развлекательности в информационных программах стало носить название «инфотеймент», образованного от слов «INFORMATION» (информация) и «entertainment» (развлечение).

Одним из первых ученых, обосновавшим идею развлекательности в СМИ, в первую очередь на телевидении, был Нил Постман: «развлечение – это сверхидеология любого дискурса на телевидении. Независимо от того, что изображено или с какой точки зрения, главное в том, что оно предназначено для нашего развлечения и удовольствия» (перевод наш. – И.К.) [Postman, 1986, p. 63]. Вслед за Постманом к инфотейменту стали обращаться и другие зарубежные ученые: Гайдемари Шумахер, определяющая инфотеймент как смешение стилевых особенностей, типичных для трансляции информационного и развлекательного содержания [Schumacher, 1994], Андреас Виттвен, понимающий под инфотейментом все возможности развлекательной информации – выбор тематики, визуальные и вербальные методы репрезентации [Wittven, 1995], и американский исследователь Джеймс Апшоу, выделяющий основной чертой инфотеймента апелляцию к эмоциям зрителей<sup>1</sup>. Отметим тот факт, что все названные исследователи рассматривали инфотеймент только в контексте телевизионной практики.

<sup>1</sup> Upshaw J. 1999. Infotainment. Encyclopedia of television news. Ed. by M.D. Murray. Phoenix, Arizona: 103–105.

В нашей стране к этой проблеме стали обращаться в начале 2000-х годов. В российском научном дискурсе понимание инфотейнмента гораздо шире: в ряду предметных областей применения инфотейнмента не только телевидение [Картозия, 2003; Ширяева, 2004; Кочутина, 2011; Богданова, 2012; Кофман, 2015; Лебедев, 2017; Долгова, 2018], но и интернет-СМИ [Кузьмина, 2016; Водяникова, 2019] и реклама [Воат, 2010]. Встречается также много работ, посвященных общетеоретическим вопросам феномена инфотейнмента [Евдокимов, 2010; Саблина, 2014; Филиппова, 2014; Чаган, 2014, Драгун, 2015; Безгина, 2020; и др.].

Анализ проблем применения приемов инфотейнмента в печатных СМИ (особенно в региональных) остается по-прежнему на периферии научного подхода к изучению феномена. В научной литературе мы находим единичные работы по этой проблематике [Тирацуян, 2012; Маслова, 2016], направленные на общий анализ черт журналистского текста, созданного посредством метода инфотейнмента: позитивности, доступности, интерактивности и преобладания текста над иллюстрациями. Научных работ о языковой игре в контексте применения метода инфотейнмента нами обнаружено не было.

В связи с этим цель исследования состоит в выявлении практик использования языковой игры в современных печатных СМИ в контексте метода инфотейнмента и классификация ее приемов.

В рамках инфотейнмента как метода подачи информации целесообразно выделить две группы приемов, используемых для достижения эффекта развлекательности в журналистском тексте: вербальные и невербальные. «К вербальным приемам, используемым в рамках метода инфотейнмента, относятся лексические средства языка» [Карпенко и др., 2017, с. 92], в числе невербальных, несловесных – «имиджевые, технические, структурные и художественные приемы» [Карпенко и др., 2017, с. 93]. В контексте данной работы мы остановимся на вербальных приемах, применяемых журналистами региональных печатных СМИ в своей работе для создания эффекта развлекательности в информационном тексте.

### **Объекты и методы исследования**

Объектом исследования являются публикации белгородского молодежного журнала «ОНОнас» за период с 2013 по 2021 годы, когда журнал издавался в печатном формате. Общее количество номеров, которые подверглись анализу, – 84.

Основным методом исследования является контент-анализ, предусматривающий изучение содержания медиа, основанное на комплексной интерпретации журналистских текстов. Особое внимание при анализе медиатекстов уделялось визуально-графическим, фонетическим, лексическим, морфологическим и синтаксическим особенностям анализируемых текстов с целью дальнейшей классификации приемов языковой игры в журналистских текстах печатных медиа.

### **Результаты и обсуждение**

Метод инфотейнмента в создании медиатекста уже давно освоен федеральными средствами массовой информации. На сегодняшний день существует большое количество изданий, которые успешно применяют практики развлекательности для привлечения внимания к своему медиа, в основном это телевизионные и интернет-СМИ. Такая тенденция обусловлена тем, что именно визуальная среда в силу своей специфики дает возможность создавать (у телевизионной и интернет-журналистики наиболее полный объем приемов инфотейнмента) и активно продвигать медиапродукт с элементами развлечения – журналистские материалы, рекламные сообщения и пр. Однако в современном медиaprостранстве можно встретить и печатные СМИ, которые активно используют метод инфотейнмента в своей работе. В числе таких СМИ, к примеру, «Кот Шрёдингера» (ООО «Дирекция Фестиваля науки»), научно-популярный журнал,



сделавший инфотейнмент и эдьютейнмент своими ключевыми методами представления информации [Карпенко, 2021]. Чаще остальных, по нашему наблюдению, применяют приемы инфотеймента те средства массовой информации и медиа, которые ориентированы на популяризацию предмета отображения и упрощенную подачу материала. К этим медиаинститутам относятся, как правило, издания из типологических групп научно-популярных или информационных изданий, нацеленных на молодежную аудиторию.

В практике региональной журналистики по сравнению с опытом федеральных СМИ гораздо меньше примеров подобных изданий или использования отдельных практик по усилению развлекательности медиаконтента, однако можно найти интересные примеры – СМИ, метод инфотеймента в которых является магистральным аттрактивным элементом медиа. Основными структурными частями изданий, которые в первую очередь создаются посредством рассматриваемого метода, являются заголовки и заголовочные комплексы и иллюстративный материал. Также инфотейнмент влияет на тематику журналистских сюжетов и способы репрезентации контента.

Журнал «ОнОнас» (АНО «Издательский дом «Мир Белогорья») – первый в Белгородской области молодежный журнал, вышедший 16 сентября 2013 г. «ОнОнас» – полноцветный сорокавосемиполосный ежемесячный журнал формата А4, выходящий с периодичностью раз в месяц. В 2021 году журнал поменял печатный формат на электронный – сегодня это информационный паблик во ВКонтакте. За восемь лет истории выхода редакция журнала неоднократно становилась победителем «в областных и всероссийских творческих конкурсах: в 2019 году журнал получил премию Белгородской области по журналистике в номинации «Печатное издание года», в 2020 году – главный приз конкурса «Легко ли быть молодым», организованного Фондом помощи журналистам им. Юрия Щекочихина и журналом «Журналист», и федеральную награду «Золотой гонг» за публикации о проблемах культуры.

Молодежная направленность журнала во многом обусловила метод представления журналистских материалов на страницах издания. Одним словом ее можно охарактеризовать как инфотейнмент – «метод подачи журналистской информации с элементами развлекательности» [Белоедова и др., 2018, с. 84].

Наиболее частотным вербальным приемом являются различные языковые игры. Под языковыми играми понимается «определенный тип речевого поведения <...>, основанный на преднамеренном (сознательном, продуманном) нарушении системных отношений языка, т. е. на деструкции речевой нормы с целью создания неканонических языковых форм и структур, приобретающих в результате этой деструкции экспрессивное значение и способность вызывать у слушателя/читателя эстетический и, в целом, стилистический эффект»<sup>1</sup>. В ряду приемов языковой игры – графические, словообразовательные, фонетические, морфологические и лексические.

1. Графические приемы – это «в широком понимании <...> буквы, знаки препинания, цифры, математические значки, различные приемы сокращения слов, использование пробелов между словами, прописных букв, отступов, всевозможных подчеркиваний, шрифтовых выделений, а также надстрочные и подстрочные выделения, символы» [Александрова, 2016, с. 16]. Строится графическая языковая игра на сочетании или выделении различных элементов написания слов. В современной медиапрактике эти приемы очень популярны, так как аудитория, в силу актуализации визуального восприятия медиапродукта, быстрее реагирует на графические выделения в тексте, а такое сочетание вербальных и невербальных приемов текстового выделения является более результативным, «современное поколение с новым ритмом жизни быстрее реагирует на яркие, выразительные, краткие тексты» [Амири, 2006, с. 84], а «человеческий глаз воспринимает не отдельные буквы, а группы букв или слов» [Амири, 2006, с. 84]. Подобные

<sup>1</sup> Стилистический энциклопедический словарь русского языка 2006. Под ред. М.Н. Кожинной. Москва, Флинта. С. 657.

приемы используются в медиа по ряду причин: во-первых, выполнение аттрактивной функции заголовка или отдельных частей текста, во-вторых, вложение в текст дополнительных смыслов. В числе примеров применения таких графических приемов приведем следующие: «*Исключённая ительная часть! Фотопроект о людях, которые считают, что с некоторыми частями их тел что-то не в порядке*»<sup>1</sup>, «*БелОблСтендап*»<sup>2</sup>, «*Хорошая раБОТа. Как телеграм-бот помогает студентам из «Технолога»*»<sup>3</sup>; «*Всё, что тебя касается. Почему гостИть – хорошо, а гОстить – плохо*»<sup>4</sup>, «*ЗвукиБа. БАян, БАлалайка и БАрабаны против БАнальности*»<sup>5</sup>. Наиболее частым является прием выделения отдельных букв в тексте, то есть изменение размера, цвета, очертаний букв – шрифтовывделение. В результате этого имеет место игра со смыслом слов, «извлекается дополнительный, как бы незапланированный смысл. Иногда такой дополнительный смысл непосредственно связан с основным» [Амири, 2006, с. 84]: БелОблСтендап – БОС, раБОТа – БОТ и др. Частотными являются также приемы включения в текст разнообразных пиктограмм, заменяющих буквы, к примеру «солнышко» вместо буквы «о», перекрещенные вилка и ложка вместо буквы «х», перекрещенные карандаши вместо буквы «ж» в материале «*Сложная натура. Как устроена работа натурщицы*»<sup>6</sup> или схематическое изображение планеты Сатурн в заголовке «*Межпланетное путешествие. Как живут на настоящем Татуине*»<sup>7</sup> вместо буквы «о».

2. Словообразовательные приемы в контексте языковой игры – еще один аспект, на который стоит обратить внимание в рамках разговора о методе инфотейнмента. Игровые неологизмы обладают «яркой, опознаваемой внутренней формой, с целью максимальной компрессии смысла и создания комического эффекта» [Дедова, Григорьева, 2018, с. 49]. Именно благодаря этим свойствам словообразовательные приемы часто используются в практике медиа для привлечения внимания и усиления развлекательной составляющей текста. Многие исследователи отмечают в современном русском языке лавинообразный характер словообразовательных процессов, связанных, прежде всего, с социально-культурными трансформациями, а также с развитием информационно-коммуникационных технологий, раздвинувшим границы культуры в современном обществе [Радбиль и др., 2018; Попова и др., 2022; и др.]. В практике анализируемого издания используются следующие словообразовательные приемы: разные типы сложения – сложение слов (как существительных, так и прилагательных), сложение производящих слов, сложение целого высказывания в одно слово, сложения при калькировании иностранных слов, аффиксация. Частотным является контаминация русских и английских слов, английских слов и русской флексии и другие варианты: «*Feelin Love*»<sup>8</sup>, «*Dream Тим. Как любить своё хобби и звучать в сотнях плееров*»<sup>9</sup>, «*Рукалицо*»<sup>10</sup>; «*Пришайбленные. Про парней, у которых всё хоккей*»<sup>11</sup>.

В научном дискурсе можно также встретить другой термин, обозначающий подобные

<sup>1</sup> Харитошкина Н. 2021. Исключённая ительная часть! Фотопроект о людях, которые считают, что с некоторыми частями их тел что-то не в порядке. ОнОнас, февраль 2021, № 02/76. С. 8–14.

<sup>2</sup> Шилин А. 2021. БелОблСтендап. ОнОнас, февраль 2021, № 02/76. С. 20–21.

<sup>3</sup> Хорошая раБОТа. Как телеграм-бот помогает студентам из «Технолога». 2020. ОнОнас, ноябрь 2020, № 09/73. С. 22–23.

<sup>4</sup> Токтарёва А. 2021. Всё, что тебя касается. Почему гостИть – хорошо, а гОстить – плохо. ОнОнас, сентябрь 2021, № 07/81. С. 34.

<sup>5</sup> Алферова О. 2019. ЗвукиБа. БАян, БАлалайка и БАрабаны против БАнальности. ОнОнас, апрель 2019, № 04/58. С. 36–37.

<sup>6</sup> Токтарёва А. 2020. Сложная натура. Как устроена работа натурщицы. ОнОнас, март 2020, № 03/67. С. 16–17.

<sup>7</sup> Козлова Н. 2021. Межпланетное путешествие. Как живут на настоящем Татуине. ОнОнас, май 2021, № 5/79. С. 36–37.

<sup>8</sup> Титаренко Л. 2021. Feelin Love. ОнОнас, декабрь 2021, № 10/84. С. 37.

<sup>9</sup> Кумейко Д., Харитошкина Н. 2021. Dream Тим. Как любить своё хобби и звучать в сотнях плееров. ОнОнас, октябрь 2021, № 08/82. С. 12–14.

<sup>10</sup> Козлова Н. 2020. Рукалицо. ОнОнас, май 2020, № 04/68. С. 11.

<sup>11</sup> Севриков А., Гончаров И. 2016. Пришайбленные. Про парней, у которых всё хоккей. ОнОнас, январь 2016, № 01/25. С. 28–32.



языковые игры в медийных текстах, – блендинг (от англ. blend [blend] – смесь, смешение, смешивание). «Термин "блендинг" чаще всего употребляется как обобщающее название для различных способов образования новых слов при помощи соединения их частей нетипичными для русского языка способами, то, что раньше в рамках словообразования называлось телескопией, стяжением, вставочным способом и т. п.» [Никанорова, 2021, с. 32–33]. Отличием блендинга от словосложения является то, что «сложные слова характеризуются четко выраженной членимостью, а бленды – зачастую неясной» [Шейфель, 2016, с. 294]. Помимо этого, при блендинге происходит слияние не значимых морфем, а произвольных частей, фрагментов слов, иногда отдельных букв, к примеру, «**ФИФАТ**, "**ЭНЕРГОМАШ**"!»<sup>1</sup>.

3. Фонетические приемы – это игра на созвучии, реализуемая «путем установления новых ассоциативных связей между смыслами различных слов, достигается через каламбурные и фонетические обыгрывания, которые характеризуются словесной “экономностью”, лаконизмом и острым поворотом мысли» [Баранов, 2016, с. 94]. Среди фонетических приемов языковой игры – **аллитерация** (повтор согласных и гласных звуков) «Учись учиться. Полезные выдержки из закона «Об образовании»<sup>2</sup>, **консонанс** (повтор конечных звуков) – «Поход и научный подход. Как не умереть «под рюкзаком»<sup>3</sup>, «Идея Бродвея. Куда едет белгородская «Машина юмора»<sup>4</sup>, **ассонанс** (повтор ударных гласных внутри фразы) «Картина карантина»<sup>5</sup>, **рифма** (регулярный звуковой повтор на концах строк) – «Виват, донат. На что жертвуют деньги молодые белгородцы»<sup>6</sup>, «Лаваш наш. О бизнесе, общепите и культуре шавермы»<sup>7</sup>, «Чем живёшь, молодёжь? Рассказываем, что интересного делали белгородцы в этом месяце»<sup>8</sup>, «Soltwine онлайн. Как музыканту раскрутиться через “ТикТок”»<sup>9</sup>, **паронимия** (частичная фонетическая схожесть слов) или **парономазия** (сближение схожих по звучанию слов при частичном совпадении морфемного состава, т. е. прием «языковой игры, использующий рифму» [Баранов, 2016, с. 99] – «Танки от янки. Как американская бронетехника оказалась на улицах Белгорода»<sup>10</sup>, «Посылка по ссылке»<sup>11</sup>, «По ходу похода. Экспресс-инструкция по вылазке на природу»<sup>12</sup>. В числе фонетических приемов также **звукоподражание** (использование слов, фонетический состав которых напоминает называемые предметы и явления), **омонимия** (полная фонетическая схожесть слов).

<sup>1</sup> ФИФАТ, «ЭНЕРГОМАШ»! 2014. ОнОнас, ноябрь 2014, № 09/13. С. 38–39.

<sup>2</sup> Малыгина Н. 2018. Учись учиться. Полезные выдержки из закона «Об образовании. ОнОнас, октябрь 2018, № 08/53. С. 22–23.

<sup>3</sup> Кумейко В., Лемякин М. 2015. Поход и научный подход. Как не умереть «под рюкзаком». ОнОнас, июнь–август 2015, № 06/20. С. 34–35.

<sup>4</sup> Севриков А. 2016. Идея Бродвея. Куда едет белгородская «Машина юмора». ОнОнас, февраль 2016, № 02/26. С. 38–39.

<sup>5</sup> Борисенко А., Галаган Р. 2020. Картина карантина. ОнОнас, май 2020, № 04/68. С. 10.

<sup>6</sup> Шилин А. 2021. Виват, донат. На что жертвуют деньги молодые белгородцы. ОнОнас, октябрь 2021, № 08/82. С. 28–29.

<sup>7</sup> Шилин А., Алисова В. 2021. Лаваш наш. О бизнесе, общепите и культуре шавермы. ОнОнас, апрель 2021, № 04/78. С. 16–19.

<sup>8</sup> Чем живёшь, молодёжь? Рассказываем, что интересного делали белгородцы в этом месяце. 2021. ОнОнас, апрель 2021, № 04/78. С. 20–21.

<sup>9</sup> Токтарёва А., Харитошкина Н. 2021. Soltwine онлайн. Как музыканту раскрутиться через “ТикТок”. ОнОнас, март 2021, № 03/77. С. 12–15.

<sup>10</sup> Кумейко В. 2016. Танки от янки. Как американская бронетехника оказалась на улицах Белгорода. ОнОнас, февраль 2016, № 02/26. С. 30–31.

<sup>11</sup> Гавриленко Е. 2020. Посылка по ссылке. ОнОнас, январь 2020, № 1/65. С. 16–17.

<sup>12</sup> Малыгина Н. 2017. По ходу похода. Экспресс-инструкция по вылазке на природу. ОнОнас, июнь – август 2017, № 06/40. С. 20–21.

4. Морфологические приемы – достаточно редко применяемые в журналистском тексте. Объективная причина состоит в том, что морфологические признаки слова в русском языке – наиболее устойчивые, так как от них зависит внутренняя структура слова и без соблюдения правил морфологии слова превратятся в бессмыслицу. Однако морфологические приемы используются в журнале «ОнОнас» достаточно часто. Это обусловлено, на наш взгляд, большими потенциальными возможностями морфологии в части создания комического эффекта, шуточности посредством изменений в нарушении морфологической структуры слова. Чаще всего применение морфологических приемов можно встретить в рубрике «К слову», в которой даются пояснения профессионализмам в отдельных сферах деятельности человека: «*А скажи что-нибудь по-экологически?*»<sup>1</sup>, «*А скажи что-нибудь по-пилотски?*»<sup>2</sup>, «*А скажи что-нибудь по-фотографьи?*»<sup>3</sup>. В данном случае морфологическая игра строится на образовании качественно-обстоятельственного наречия, которое в русском языке не употребляется.

5. Лексические приемы – наиболее часто используемые в языковой игре. «Неисчерпаемым арсеналом для введения языковой игры в текст является лексика: игра на компонентах значения слов, лексические синонимы, многозначность, омонимия, паронимия, фразеологизмы и каламбур – самые распространённые виды языковой шутки. Словарный состав языка – кладёз сотни тысяч слов и фразеологизмов, имеющих в дополнение по несколько значений» [Карачевцева, 2022, с. 160]. Лексические приемы – это приемы, которые работают со смыслом, подменяют один другим, что создает у читателя эффект обманутого ожидания: «*Пачка маслом. О балете на полотнах художницы родом из Белгородского уезда*»<sup>4</sup>; «*Мифы древней Лукреции. Узнали всю правду про страшилки из детства*»<sup>5</sup>, «*Свои в доску. Чем живет современная белгородская скейт-тусовка*»<sup>6</sup>, «*В равнобедренной треуголке. Учитель математики Дмитрий Марунченко устраивает на уроках игры разума*»<sup>7</sup>, «*Держи руку на пульте. Как заставить телевизор исполнять желания*»<sup>8</sup>, «*Подсели на колёса. Как радиоуправляемые модели побеждают в войне машин*»<sup>9</sup>, «*Учитель от блога. Школа выживания молодого педагога*»<sup>10</sup>.

Сущность использования лексических приемов в языковой игре заключается также в трансформации известных устойчивых словосочетаний, пословиц, афоризмов и т. д.: «*О, май год. Как подвести итоги, не подводя себя*»<sup>11</sup>, «*Старый новый шмот. Как нарядиться на новогодний корпоратив с ограниченным бюджетом*»<sup>12</sup>, «*Сколько масок в сутках? От 8 до 12*»<sup>13</sup>, «*Полевой гигант. Открываем «Топ влиятельных зверей Белогорья»*»

<sup>1</sup> Малыгина Н. 2021. А скажи что-нибудь по-экологически? ОнОнас, январь 2021, № 01/75. С. 14.

<sup>2</sup> Шилин А. 2020. А скажи что-нибудь по-пилотски. ОнОнас, январь 2020, № 1/65. С. 25.

<sup>3</sup> Алферова О. 2019. А скажи что-нибудь по-фотографьи. ОнОнас, май 2019, № 05/59. С. 35.

<sup>4</sup> Малыгина Н. 2021. Пачка маслом. О балете на полотнах художницы родом из Белгородского уезда. ОнОнас, март 2021, № 03/77. С. 17–19.

<sup>5</sup> Писаревская А. 2020. Мифы древней Лукреции. Узнали всю правду про страшилки из детства. ОнОнас, декабрь 2020, № 10/74. С. 8–9.

<sup>6</sup> Шилин А., Арчибасова А. 2020. Свои в доску. Чем живет современная белгородская скейт-тусовка. ОнОнас, август 2020, № 06/70. С. 4–6.

<sup>7</sup> Литвинова М. 2014. В равнобедренной треуголке. Учитель математики Дмитрий Марунченко устраивает на уроках игры разума. ОнОнас, сентябрь 2014, № 09/11. С. 16–18.

<sup>8</sup> Севриков А. 2014. Держи руку на пульте. Как заставить телевизор исполнять желания. ОнОнас, сентябрь 2014, № 09/11. С. 20–21.

<sup>9</sup> Шевченко С., Заблоцкий В. 2016. Подсели на колёса. Как радиоуправляемые модели побеждают в войне машин. ОнОнас, февраль 2016, № 02/26. С. 6–9.

<sup>10</sup> Писаревская А., Малыгина Н. 2018. Учитель от блога. Школа выживания молодого педагога. ОнОнас, октябрь 2018, № 08/53. С. 30–32.

<sup>11</sup> Токтарёва А. 2021. О, май год. Как подвести итоги, не подводя себя. ОнОнас, декабрь 2021, № 10/84. С. 8–9.

<sup>12</sup> Шилин А., Алисова В. 2021. Старый новый шмот. Как нарядиться на новогодний корпоратив с ограниченным бюджетом. ОнОнас, декабрь 2021, № 10/84. С. 24–26.

<sup>13</sup> Козлова Н., Писаревская А. 2021. Сколько масок в сутках? От 8 до 12. ОнОнас, ноябрь 2021, № 09/83. С. 30–31.



самым белгородским из всех животных»<sup>1</sup>, «Когда я мем, я глух и нем»<sup>2</sup>, «День сырка»<sup>3</sup>, «Далеко глядит. Разбираем самый большой в мире памятник крестителю Руси»<sup>4</sup>, «Око за око, дуб за дуб. Как я влез в заповедный лес»<sup>5</sup>, «Счастье луковое. Почему сборная страны – мечта лентяя»<sup>6</sup> и т. д.

Еще один прием – аллюзии, ссылки на продукцию массовой культуры, широко известные массовому сознанию: «Итак, вот что наш лось...»<sup>7</sup>, «Всё, что тебя касается»<sup>8</sup>, «Дайте две! Какие настольные игры придумывают белгородцы»<sup>9</sup>, «Служба Шрёдингера. Как отдать долг Родине и при этом не идти в армию срочником»<sup>10</sup>; «Просто дети стали старше. Зачем девушки переделывают свои старые куклы»<sup>11</sup>, «Свайп влево – свайп вправо»<sup>12</sup>.

К другим приемам относятся обыгрывание синонимов и антонимов, метафорическое толкование слов, сознательная тавтология и пр.

Лексические игры способствуют успешному проявлению остроумия журналиста, что повышает его авторитет в глазах аудитории [Драгун, 2015, с. 103].

6. Синтаксические приемы – совокупность приемов в контексте языковой игры, основанных на порядке слов в предложении, а также последовательности языковых конструкций. Целью использования синтаксических приемов в журналистике является привлечение внимания читателя к конкретному медиатексту и к изданию в целом. «Возможности синтаксиса широко используются и для образования комического эффекта, целью которого является создание экспрессивного, запоминающегося текста» [Собченко, 2012, с. 485]. В числе синтаксических приемов: **умолчание** (оборот речи, который заключается в том, что автор осознанно выражает свою мысль не полностью) – «*Не сказки сказывают. Гид для взрослых по театру кукол, или “А это действительно спектакль?”*»<sup>13</sup>, **парцеляция** (простое или сложное предложение делится на более короткие самостоятельные отрезки) – «*Яркая. Сочная. Твоя. Ононасная жизнь*»<sup>14</sup>, «*Блогер. Музыкант. BOSS-молокосос. Как добиться успеха во всём*»<sup>15</sup>, **вопросно-ответные конструкции** – «*Кто там? Перемены? Проходите! Почему не нужно бояться нового*»<sup>16</sup>,

<sup>1</sup> Титаренко Л. 2021. Полевой гигант. Открываем «Топ влиятельных зверей Белогорья» самым белгородским из всех животных. ОнОнас, октябрь 2021, № 08/82. С. 57.

<sup>2</sup> Титаренко Л. 2021. Когда я мем, я глух и нем. ОнОнас, июнь 2021, № 06/80. С. 15–17.

<sup>3</sup> Токтарёва А., Алисова В. 2021. День сырка. ОнОнас, июнь 2021, № 06/80. С. 18–20.

<sup>4</sup> Токтарёва А. 2021. Далеко глядит. Разбираем самый большой в мире памятник крестителю Руси. ОнОнас, май 2021, № 5/79. С. 17–19.

<sup>5</sup> Севриков А., Юрченко В. Око за око, дуб за дуб. Как я влез в заповедный лес. ОнОнас, № 02/26, февраль 2016, С. 26–29.

<sup>6</sup> Матчина Д. 2017. Счастье луковое. Почему сборная страны – мечта лентяя. ОнОнас, июнь – август 2017, № 06/40. С. 34–35.

<sup>7</sup> Титаренко Л. 2021. Итак, вот что наш лось.... ОнОнас, ноябрь 2021, № 09/83. С. 37.

<sup>8</sup> Токтарёва А. 2021. Всё, что тебя касается. Почему гостить – хорошо, а гостить – плохо. ОнОнас, сентябрь 2021, № 07/81. С. 34.

<sup>9</sup> Токтарёва А., Малыгина Н. 2021. Дайте две! Какие настольные игры придумывают белгородцы. ОнОнас, апрель 2021, № 04/78. С. 28–29.

<sup>10</sup> Шилин А. 2021. Служба Шрёдингера. Как отдать долг Родине и при этом не идти в армию срочником. ОнОнас, февраль 2021, № 02/76. С. 26–27.

<sup>11</sup> Солошенко В. 2021. Просто дети стали старше. Зачем девушки переделывают свои старые куклы. ОнОнас, январь 2021, № 01/75. С. 22–24.

<sup>12</sup> Малыгина Н. 2021. Свайп влево – свайп вправо. ОнОнас, январь 2021, № 01/75. С. 34–35.

<sup>13</sup> Придворева О. 2021. Не сказки сказывают. Гид для взрослых по театру кукол, или “А это действительно спектакль?”. 2021. ОнОнас, октябрь 2021, № 08/82. С. 8–10.

<sup>14</sup> Михайлова А. 2021. Яркая. Сочная. Твоя. Ононасная жизнь. ОнОнас, декабрь 2021, № 10/84. С. 3–4.

<sup>15</sup> Шилин А., Черепанова А. 2020. Блогер. Музыкант. BOSS-молокосос. Как добиться успеха во всём. ОнОнас, декабрь 2020, № 10/74. С. 10–13.

<sup>16</sup> Михайлова А. 2020. Кто там? Перемены? Проходите! Почему не нужно бояться нового. ОнОнас, сентябрь 2020, № 07/71. С. 3.



**риторические обращения** (стилистическая фигура, состоящая в подчеркнутом обращении к кому-либо для усиления выразительности) – «*Пупок развяжется?*»<sup>1</sup>, «*У меня в глазах троеится? Сходство и различия тройняшек Ткачёвых*»<sup>2</sup>, **императивы** (предложения побудительного характера) – «*Пой, моя бедная молодость*». Как соревнуются белгородские поэты»<sup>3</sup>, «*Заходи по одному! Какими бывают люди в больничных очередях*»<sup>4</sup>, **прямая речь** – «*Моё творчество не понимают в 90% случаев*». О розовых картинах, сутулом собачестве и параллельной вселенной белгородского искусства»<sup>5</sup>, «*Видеография – это про отношения*». Как правильно управлять силой видео»<sup>6</sup>, **восклицательные предложения** (они играют роль сигналов (обратите внимание), указывают на важность информации, несут большой заряд экспрессии, эмоций) – «*Ты же девочка! Белгородцы – о гендерных стереотипах*»<sup>7</sup>, «*Эй, режиссёр! Как парень из Старого Оскола снимает кино*»<sup>8</sup>, **параллелизм** (полностью схожее синтаксическое построение соседних предложений или отрезков речи) – «*Ай да Пушкин, ай да карта!*»<sup>9</sup>. Также в группу синтаксических приемов входят **градация** (фигура речи, состоящая из необычного расположения слов и фраз, в которой каждое последующее слово и фраза содержит усиливающее (реже уменьшающее) значение), **анафора** (повторение слова или группы слов в начале нескольких фраз или строф) и **инверсия** (нарушение обычного порядка слов).

### Заключение

Вербальные приемы языковой игры в контексте инфотеймента как метода отображения информации в СМИ являются сегодня в отдельных типах изданий, прежде всего молодежных, непременным атрибутом. Эффективность подобного метода в медийной сфере не вызывает сомнения, однако стоит отметить, что действенность медиапродукта достигается грамотным использованием совокупности различных приемов.

На основе проведенного анализа практики работы регионального периодического издания «ОнОнас» был выявлен факт активного использования приемов языковой игры в журналистских материалах журнала. Согласно поставленной цели была проведена классификация приемов языковой игры, используемых современными печатными медиа. В числе подобных приемов мы выделили графические, словообразовательные, фонетические, морфологические, лексические и синтаксические.

Проведенное исследование и полученные результаты открывают перспективы для дальнейших исследований в области использования приемов инфотеймента в части оценки привлекательности и результативности использования языковой игры для повышения аттрактивности отдельного журналистского материала и периодического издания в целом, если использование языковой игры является частью глобальной стратегии медиа.

<sup>1</sup> Токтарёва А. 2021. Пупок развяжется? ОнОнас, ноябрь 2021, № 09/83. С. 25.

<sup>2</sup> Шилин А., Харитошкина Н. 2021. У меня в глазах троеится? Сходство и различия тройняшек Ткачёвых. ОнОнас, апрель 2021, № 04/78. С. 23–26.

<sup>3</sup> Михайлова А., Мясников Д. 2021. Пой, моя бедная молодость. Как соревнуются белгородские поэты. ОнОнас, декабрь 2021, № 10/84. С. 28–29.

<sup>4</sup> Шилин А., Машинова Д. 2021. Заходи по одному! Какими бывают люди в больничных очередях. ОнОнас, ноябрь 2021, № 09/83. С. 20–21.

<sup>5</sup> Солошенко В. 2021. Моё творчество не понимают в 90 % случаев. О розовых картинах, сутулом собачестве и параллельной вселенной белгородского искусства. ОнОнас, октябрь 2021, № 08/82. С. 15–17.

<sup>6</sup> Токтарёва А. 2021. Видеография – это про отношения. Как правильно управлять силой видео. ОнОнас, октябрь 2021, № 08/82. С. 24–26.

<sup>7</sup> Солошенко В. 2021. Ты же девочка! Белгородцы – о гендерных стереотипах. ОнОнас, ноябрь 2021, № 09/83. С. 18–19.

<sup>8</sup> Шилин А. 2021. Эй, режиссёр! Как парень из Старого Оскола снимает кино. ОнОнас, № 07/81, сентябрь 2021, С. 30–32.

<sup>9</sup> Монида А. 2021. Ай да Пушкин, ай да карта! ОнОнас, сентябрь 2021, № 07/81. С. 33.



### Список литературы

- Александрова Е.М. 2016. Графические средства как элемент языковой игры. *Вестник Челябинского государственного университета*, 13(395). *Филологические науки*, 104: 16–21.
- Амири Л.П. 2006. Шрифтовыведение как один из приемов языковой игры в рекламе. *Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки*, S14: 84–87.
- Баранов К.С. 2016. Фонетические приемы языковой игры (на материале немецких рекламных текстов). *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*, 11(750): 93–105.
- Безгина А.А. 2020. Возникновение и развитие понятия «инфотейнмент» в зарубежных и отечественных исследованиях массмедиа. В кн.: *Стратегия развития региональных СМИ: проблемы и перспективы. Материалы Всероссийской научно-практической конференции (Курск, 21–22 ноября 2019 года)*. Под ред. Н.И. Степыкина. Курск, Юго-Западный государственный университет: 12–19.
- Белоедова А.В., Казак М.Ю., Карпенко И.И., Кожемякин Е.А., Короченский А.П., Новинкина Е.А., Перси У.А., Полонский А.В., Пстыга А., Ушакова С.В., Тяжлов Я.И., Шаталова Ю.Н. 2018. Медийный текст: социальные практики, технологии, теории. Под ред. А.В. Полонского, М.Ю. Казак. Белгород, Издательский дом «Белгород», 296 с.
- Богданова Е.М. 2012. Феномен инфотейнмента на телевидении. *Наука телевидения*, 9: 219–223.
- Воат А.А. 2010. Использование технологий спин-докторинг, астротурфинг и инфотейнмент в политической рекламе как инструмент воздействия на массовое сознание. *Этносоциум и межнациональная культура*, 4(28): 68–77.
- Водяникова О.И. 2019. Форматы инфотейнмента в интернет-издании «Медуза»: на примере Арктической повестки. В кн.: *Русский Север и Арктика: фундаментальные проблемы истории и современность. Сборник научных статей. Составитель О.В. Зарецкая. Выпуск III*. Архангельск, Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова: 97–101.
- Дедова О.В., Григорьева П.В. 2018. Игровое словообразование в современном русском языке. *Вестник Московского университета. Серия 9: Филология*, 5: 49–64.
- Долгова Н.В. 2018. Просвещение и инфотейнмент в популяризации науки (на примере российских общественно-политических интернет-СМИ) В кн.: *Общество и государство в зеркале социологических измерений (VIII Рязанские социологические чтения)*. Материалы Национальной научно-практической конференции с международным участием (Рязань, 21–22 ноября 2018 года). Под ред. Р.Е. Маркина, А.В. Проноза. Рязань, Издательство Ипполитова: 307–312.
- Драгун Е.М. 2015. Инфотейнмент как явление современной медиакультуры. Дис. ... канд. культур. наук. Москва, 175 с.
- Евдокимов В.А. 2010. Инфотейнмент в масс-медиа: панацея от скуки и эрзац дискуссии. *Наука о человеке: гуманитарные исследования*, 1(5): 214–219.
- Карачевцева А.А. 2022. Приёмы формирования языковой игры в художественном тексте: лексические, морфологические и синтаксические аспекты. *Теория языка и межкультурная коммуникация*, 4(47): 158–168.
- Карпенко И.И. 2021. Конвергенция жанров и форм в современной. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика*, 3: 110–114.
- Карпенко И.И., Короченский А.П. 2023. Использование приемов геймификации в современной региональной интернет-журналистике. *Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования*, 9(2): 135–146. DOI: [10.18413/2408-932X-2023-9-2-0-13](https://doi.org/10.18413/2408-932X-2023-9-2-0-13)
- Карпенко И.И., Лобановская Е.Ю., Ельникова О.Е., Горборукова Л.С. 2017. Использование метода инфотейнмента в практике современного российского телевидения. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*, 28(277): 88–95.
- Картозия Н. 2003. Программа «Намедни»: русский инфотейнмент. *Меди@льманах*, 3(3): 10–25.
- Короченский А.П. 2013. Новые субъекты трансграничных массовых коммуникаций и трансформация международной журналистики в XXI веке. В кн.: *Международная журналистика-2013: глобализация и регионализация информационного пространства*.

- Материалы Второй Международной научно-практической конференции (Минск, 20 февраля 2013 г.). Под общ. ред. Т.Н. Дасаевой. Минск, Издательский центр БГУ: 149–158.
- Кофман А.А. 2015. Инфотейнмент на телевидении: проблемы и перспективы развития формата. В кн.: Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы. Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции (Москва, 20–21 октября 2015 года). Под ред. В.В. Барбаша. Москва, Российский университет дружбы народов: 102–106.
- Кочутина Д.С. 2011. Приемы инфотейнмента и характер их проявлений в информационно-аналитических программах. *Медиасреда*, 6: 77–86.
- Кузьмина М.А. 2016. Интерпретация термина «инфотейнмент» в российских исследованиях масс-медиа (на примере интернет-порталов «Look At Me» и «Лайфхакер»). В кн.: Мультимедийная журналистика Евразии – 2016: национальные медиасистемы в условиях новой медиареальности Востока и Запада. Материалы X Международной научно-практической конференции (Казань, 08–09 декабря 2016 года). Казань, Казанский (Приволжский) федеральный университет: 413–419.
- Лебедев А.А. 2017. Инфотейнмент как прием организации аналитических телевизионных программ (на примере телеканала «Звезда»). *Журналист. Социальные коммуникации*, 4(28): 46–54.
- Маслова А.А. 2016. Концепция инфотейнмента в научно-популярном журнале «Кот Шрёдингера». В кн.: Культура. Литература. Язык. Материалы конференции «Чтения Ушинского». (Ярославль, 03–04 марта 2016 года). Под ред. М.Ю. Егорова. Ярославль, Редакционно-издательский отдел Ярославского государственного педагогического университета им. К.Д. Ушинского: 167–171.
- Никанорова И.А. 2021. Блендинг в современном политическом и экономическом дискурсе. В кн.: Язык. Культура. Общество. Актуальные проблемы, методы исследования и проблемы преподавания. Сборник статей. Под ред. И.Е. Коптеловой, Е.И. Панёвкиной, Т.Н. Персиковой. Москва, Дашков и К: 44–50.
- Нильсен Я., Лоранжер Х. 2009. Web-дизайн: удобство использования Web-сайтов. Пер. с англ. и ред. В.С. Ивашенко. Москва, И.Д. Вильямс, 368 с. (Nielsen Ja., Loranger H. 2006. Prioritizing Web Usability. New Riders, An Imprint of Peachpit, Berkeley, California USA)
- Попова Т.В., Рацибурская Л.В., Гугунава Д.В. 2022. Неология и неография современного русского языка. Москва, Флинта, 168 с.
- Радбиль Т.Б., Рацибурская Л.В., Бакич Н.А., Жданова Е.А., Торопкина В.А., Щеникова Е.В. 2018. Социокультурные, лингвокогнитивные и лингвопрагматические аспекты современных словообразовательных процессов. *Вестник Московского университета. Серия 9: Филология*, 2: 127–155.
- Саблина А.Н. 2014. Становление понятия инфотейнмент в работах отечественных исследователей. *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*, 10–1: 41–43.
- Собченко Н.С. 2012. Языковая игра на синтаксическом уровне в рекламном тексте. *Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. Серия: Филология. Социальные коммуникации*, 25(64)–4(2): 485–489.
- Тиращуян А.Ю. 2012. Глянцевый дискурс о культуре как инфотейнмент. *Культура. Наука. Интеграция*, 2(18): 74–78.
- Федотова Н.А. 2017. Геймификация в контексте медийной практики. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика*, 2: 4–11.
- Филиппова А.Н. 2014. Интерпретация понятия инфотейнмент: «формат» или «жанр»? *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*, 9: 296–299.
- Чаган Н.Г. 2014. Инфотейнмент как явление медиакультуры. *Вестник университета российской академии образования*, 2: 76–82.
- Шейфель Н.А. 2016. Понятие блендинга и его отличие от других смежных способов словообразования в лингвистике В кн.: Современные проблемы языкознания, литературоведения, межкультурной коммуникации и лингводидактики. Материалы II Международной научной конференции. (Белгород, 20–21 апреля 2016 года). Под ред. В.А. Виноградова. Белгород, ИД «Белгород» НИУ «БелГУ»: 290–294.



- Ширяева Д. 2004. Новости в стиле «инфотейнмент»: проект «Страна и мир» телеканала НТВ. *Меди@льманах*, 6(2–3): 60–69.
- Postman N. 1986. *Amusing Ourselves to Death: public discourse in the age of show business*. London, England. Penguin books, 173 p.
- Shumacher H. 1994. *Infotainment - Ästhetik im Fernsehen der Gegenwart / Medienlust und Mediaennutz*. Hrsg. L. Bosshart, W. Hoffman-Riem. Munchen.
- Wittven A. 1995. *Infotainment. Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung*. Bern, Switzerland, Peter Lang, 223 s.

## References

- Aleksandrova E.M. 2016. Graphic means as pun elements. *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 13(395). *Philology Sciences*, 104: 16–21 (in Russian).
- Amiri L.P. 2006. Shriftovydelenie kak odin iz priemov yazykovoi igry v reklame [Font highlighting as one of the techniques of language play in advertising]. *Izvestiya Vysshikh Uchebnykh Zavedenii. Severo-Kavkazskii Region. Social Sciences*, S14: 84–87.
- Baranov K.S. 2016. Phonetic devices for language play (based on German advertising texts). *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 11(750): 93–105 (in Russian).
- Bezgina A.A. 2020. Vozniknovenie i razvitie ponyatiya «infoteinment» v zarubezhnykh i otechestvennykh issledovaniyakh massmedia [The emergence and development of the concept of "infotainment" in foreign and domestic mass media studies]. In: *Strategiya razvitiya regional'nykh SMI: problemy i perspektivy* [Strategy for the development of regional media: problems and prospects]. Proceedings of the All-Russian scientific and practical conference (Kursk, November 21-22, 2019). Ed. N.I. Stepykin. Kursk, Publ. Yugo-Zapadnyi gosudarstvennyi universitet: 12–19.
- Belodova A.V., Kazak M.Yu., Karpenko I.I., Kozhemyakin E.A., Korochenskii A.P., Novinkina E.A., Persi U.A., Polonskii A.V., Pstyga A., Ushakova S.V., Tyazhlov Ya.I., Shatalova Yu.N. 2018. *Mediinyi tekst: sotsial'nye praktiki, tekhnologii, teorii* [Media text: social practices, technologies, theories]. Ed. A.V. Polonsky, M.Yu. Kazak. Belgorod, Publ. "Belgorod", 296 p.
- Bogdanova E.M. 2012. Fenomen infoteinmenta na televidenii [The phenomenon of infotainment on television]. *Nauka televideniya*, 9: 219–223.
- Voat A.A. 2010. Use of the spin doctoring, astroturfing and infotainment technologies as the tool of influence on mass consciousness. *Etnosotsium i mezhnatsional'naya kul'tura*, 4(28): 68–77.
- Vodyannikova O.I. 2019. Formaty infoteinmenta v internet-izdanii «Meduza»: na primere Arkticheskoi povestki [Infotainment formats in the online publication "Medusa": on the example of the Arctic agenda]. In: *Russkii Sever i Arktika: fundamental'nye problemy istorii i sovremennost'* [Russian North and the Arctic: fundamental problems of history and modernity]. Collection of scientific articles. Compiled O.V. Zaretskaya. Issue III. Arkhangel'sk, Publ. Severnyi (Arkticheskii) federal'nyi universitet imeni M.V. Lomonosova: 97–101.
- Dedova O., Grigoryeva P. 2018. Wordplay Derivation in Modern Russian. *Moscow University Bulletin. Series 9: Philology*, 5: 49–64 (in Russian).
- Dolgova N.V. 2018. Prosveshchenie i infoteinment v populyarizatsii nauki (na primere rossiiskikh obshchestvenno-politicheskikh internet-SMI) [Education and infotainment in the popularization of science (on the example of Russian socio-political online media)]. In: *Obshchestvo i gosudarstvo v zerkale sotsiologicheskikh izmerenii (VIII Ryazanskie sotsiologicheskie chteniya)* [Society and the state in the mirror of sociological measurements (VIII Ryazan sociological readings)]. Proceedings of the National scientific and practical conference with international participation (Ryazan, November 21-22, 2018). Eds. R.E. Markin, A.V. Pronoza. Ryazan', Publ. Izdatel'stvo Ippolitova: 307–312.
- Dragun E.M. 2015. *Infoteinment kak yavlenie sovremennoi mediakul'tury* [Infotainment as a phenomenon of modern media culture]. Dis. ... Cand. of Cultures. Moscow, 175 p.
- Evdokimov V.A. 2010. Infotainment in mass media: panacea from boredom and ersatz. *Russian Journal of Social Sciences and Humanities*, 5: 214–219 (in Russian).
- Karachevtseva A.A. 2022. Priemy formirovaniya yazykovoi igry v khudozhestvennom tekste: leksicheskie, morfologicheskie i sintaksicheskie aspekty [Techniques for the Formation of Language Play in a

- Fiction Text: Lexical, Morphological, and Syntactic Aspects]. *Theory of Language and Intercultural Communication*, 4(47): 158–168.
- Karpenko I.I. 2021. Convergence of genres and forms in modern journalism. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 3: 110–114 (in Russian).
- Karpenko I.I., Korochensky A.P. 2023. Using gamification techniques in modern regional internet journalism. *Research Result. Social Studies and Humanities*, 9(2): 135–146. DOI: [10.18413/2408-932X-2023-9-2-0-13](https://doi.org/10.18413/2408-932X-2023-9-2-0-13)
- Karpenko I.I., Lobanovskaya E.Yu., El'nikova O.E., Gorborkova L.S. 2017. The use of the infotainment method in the practice of modern Russian television. *Scientific bulletin of Belgorod State University. Humanities Sciences*, 28(277): 88–95 (in Russian).
- Kartosija N. 2003. "Namedni" News Show as Russian infotainment. *Medi@l'manakh*, 3(3): 10–25 (in Russian).
- Korochenskii A.P. 2013. Novye sub"ekty transgranichnykh massovykh kommunikatsii i transformatsiya mezhdunarodnoi zhurnalistiki v XXI veke [New subjects of transborder mass communications and transformation of international journalism in the 21st century]. In: *Mezhdunarodnaya zhurnalistika-2013: globalizatsiya i regionalizatsiya informatsionnogo prostranstva [International journalism-2013: globalization and regionalization of information space]*. Proceedings of the Second International scientific-practical conference (Minsk, February 20, 2013). Ed. T.N. Dasaeva. Minsk, Publ. Izdatel'skii tsentr BGU: 149–158.
- Kofman A.A. 2015. Infoteinment na televidenii: problemy i perspektivy razvitiya formata [Infotainment on television: problems and prospects for the development of the format]. In: *Sredstva massovoi kommunikatsii v mnogopolyarnom mire: problemy i perspektivy [Mass media in a multipolar world: problems and prospects]*. Proceedings of the VI All-Russian scientific and practical conference (Moscow, October 20–21, 2015). Ed. V.V. Barbash. Moscow, Publ. Rossiiskii universitet druzhby narodov: 102–106.
- Kochutina D.S. 2011. Priemy infoteinmenta i kharakter ikh proyavlenii v informatsionno-analiticheskikh programmakh [Infotainment techniques and the nature of their manifestations in information and analytical programs]. *Mediasreda*, 6: 77–86.
- Kuz'mina M.A. 2016. Interpretatsiya termina «infoteinment» v rossiiskikh issledovaniyakh mass-media (na primere internet-portalov «Look At Me» i «Laifkhaker») [Interpretation of the term "infotainment" in Russian mass media studies (using the Internet portals "Look At Me" and "Lifehacker" as an example)]. In: *Mul'timediinaya zhurnalistika Evrazii-2016: natsional'nye mediasistemy v usloviyakh novoi mediareal'nosti Vostoka i Zapada [Multimedia Journalism of Eurasia-2016: National Media Systems in the Context of the New Media Reality of the East and the West]*. Proceedings of the X International Scientific and Practical Conference (Kazan, December 8-9, 2016). Kazan, Publ. Kazanskii (Privolzhskii) federal'nyi universitet: 413–419.
- Lebedev A.A. 2017. Infoteinment kak priem organizatsii analiticheskikh televizionnykh programm (na primere telekanala «Zvezda») [Infotainment as a technique for organizing analytical television programs (using the Zvezda TV channel as an example)]. *Zhurnalist. Sotsial'nye kommunikatsii*, 4(28): 46–54.
- Maslova A.A. 2016. Kontseptsiya infoteinmenta v nauchno-populyarnom zhurnale «Kot Shredingera» [The concept of infotainment in the popular science magazine "Schrödinger's Cat"]. In: *Kul'tura. Literatura. Yazyk [Culture. Literature. Language]*. Proceedings of the conference "Ushinsky Readings". (Yaroslavl, March 3-4, 2016). Ed. M.Yu. Egorov. Yaroslavl, Publ. Redaktsionno-izdatel'skii otdel Yaroslavskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. K.D. Ushinskogo: 167–171.
- Nikanorova I.A. 2021. Blending v sovremennom politicheskom i ekonomicheskom diskurse [Blending in Modern Political and Economic Discourse]. In: *Yazyk. Kul'tura. Obshchestvo. Aktual'nye problemy, metody issledovaniya i problemy prepodavaniya [Language. Culture. Society. Current Issues, Research Methods, and Teaching Problems]*. Collection of articles. Ed. I.E. Koptelova, E.I. Panevkina, T.N. Persikova. Moscow, Publ. Dashkov i K: 44–50.
- Nil'sen Ya., Loranzher Kh. 2009. Web-dizain: udobstvo ispol'zovaniya Web-saitov [Web design: usability of Web sites]. Translated from English and ed. V.S. Ivashchenko. Moscow, Publ. I.D. Vil'yams,



- 368 p. (Nielsen Ja., Loranger H. 2006. *Prioritizing Web Usability*. New Riders, An Imprint of Peachpit, Berkeley, California USA).
- Popova T.V., Ratsiburskaya L.V., Gugunava D.V. 2022. *Neologiya i neografiya sovremennogo russkogo yazyka* [Neology and neography of the modern Russian language]. Moscow, Publ. Flinta, 168 p.
- Radbil T.B., Ratsiburskaya L.V., Bakich N.A., Zhdanova E.A., Toropkina V.A., Shchennikova E.V. 2018. Social and cultural, cognitive and pragmatic aspects of current word formation processes. *Moscow University Bulletin. Series 9: Philology*, 2: 127–155 (in Russian).
- Sablina A.N. 2014. Stanovlenie ponyatiya infoteinment v rabotakh otechestvennykh issledovatelei [Formation of the concept of infotainment in the works of domestic researchers]. *Humanities, socio-economic and social sciences*, 10–1: 41–43.
- Sobchenko N.S. 2012. A linguistic play at syntactic level in the advertizing text. *Scientific Notes of Taurida V. I. Vernadsky National University. Series: Philology. Social communications*, 25(64)-4(2): 485–489 (in Russian).
- Tiratsuyan A.Yu. 2012. Glyantsevyi diskurs o kul'ture kak infoteinment [Glossy discourse on culture as infotainment]. *Culture. Science. Integration*, 2(18): 74–78.
- Fedotova N. A. Gamification in the context of media practice. *Journal of the Belarusian State University. Journalism and Pedagogics*, 2: 4–11 (in Russian).
- Filippova A.N. 2014. Interpretatsiya ponyatiya infoteinment: «format» ili «zhanr» [Interpretation of the concept of infotainment: “format” or “genre”]. *Humanities, socio-economic and social sciences*, 9: 296–299.
- Chagan N.G. 2014. Infoteinment kak yavlenie mediakul'tury [Infotainment as a phenomenon of media culture]. *Herald of the university of Russian academy of education*, 2: 76–82.
- Sheifel N.A. 2016. The concept of blending and its difference from other derivation methods in linguistics. In: Actual problems of linguistics, literature studies, intercultural communication and linguodidactics. Proceedings of the 2nd International scientific conference (Belgorod, April 20–21, 2016). Belgorod, Publ. ID "Belgorod" NIU "BelGU": 290–294 (in Russian).
- Shiryaeva D. 2004. «Infoteinment» Style News: «The Country and the World» NTV Program. *Medi@l'manakh*, 6(2–3): 60–69 (in Russian).
- Postman N. 1986. *Amusing Ourselves to Death: public discourse in the age of show business*. London, England. Penguin books, 173 p.
- Shumacher H. 1994. *Infoteinment – Ästhetik im Fernsehen der Gegenwart / Medienlust und Mediaennutz* [Infotainment - Aesthetics in contemporary television / Media pleasure and media use]. Eds. L. Bosshart, W. Hoffman-Riem. Munchen.
- Wittven A. 1995. *Infoteinment. Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung* [Infotainment. Television news between information and entertainment]. Bern, Switzerland, Peter Lang, 223 p.

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 02.08.2024

Received August 02, 2024

Поступила после рецензирования 09.09.2024

Revised September 09, 2024

Принята к публикации 10.12.2024

Accepted December 10, 2024

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

## INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

**Карпенко Ирина Ивановна**, доктор филологических наук, доцент кафедры журналистики института общественных наук и массовых коммуникаций, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

**Irina I. Karpenko**, Doctor of Philology, Associate Professor of the Department of Journalism, Institute of Social Sciences and Mass Communications, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.



**Короченский Александр Петрович**, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики института общественных наук и массовых коммуникаций, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия.

**Alexander P. Korochensky**, Doctor of Philology, Professor, Professor of the Department of Journalism of the Institute of Social Sciences and Mass Communications, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia.

**Меринов Валерий Юрьевич**, кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и медиакоммуникаций факультета социологии и журналистики, Российский государственный университет социальных технологий, г. Москва, Россия.

**Valery Yu. Merinov**, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Sociology and Media Communications of the Faculty of Sociology and Journalism, Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russia.

**Хорольский Виктор Васильевич**, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики и литературы факультета журналистики, Воронежский государственный университет, г. Воронеж, Россия.

**Viktor V. Khorolskii**, Doctor of Philology, Professor, Professor of the Department of Journalism and Literature, Faculty of Journalism, Voronezh State University, Voronezh, Russia.