

4. Грабченко А. М. Об изучении информационных потребностей в условиях отраслевого информационного органа / А. М. Грабченко // Науч.-техн. информ. Сер. 1. Организация и методика информ. работы. — 1975. — № 4. — С. 22–25.
5. Евтюхина Е. А. Специфика формирования информационных потребностей (биопсихологический аспект) : дис. ... канд. пед. наук : 05.25.03 / Е. А. Евтюхина. — М., 1998. — 126 с.
6. Гиляревский Р. С. Научные коммуникации и информатика / Р. С. Гиляревский, А. И. Михайлов, А. И. Черный. — М. : Наука, 1976. — С. 122–132.
7. Коготков С. Д. Профессиональные информационные потребности и их роль в библиотечно-библиографической деятельности : дис. ... канд. пед. наук : 05.25.03 / С. Д. Коготков. — М., 1979. — 199 с.
8. Кононученко Л. Становлення та розвиток теорії інформаційних потреб користувачів документно-інформаційних установ / Л. Кононученко // Вісн. Кн. палати. — 2004. — № 7. — С. 42–43.
9. Мотульский Р. С. Информационные потребности и сущность возникновения, развития и существования библиотеки / Р. С. Мотульский // Библиотеч. свет. — 2001. — № 3. — С. 27–30.
10. Остапов А. И. Библиотека в контексте коммуникативно-познавательных потребностей (когнитивный подход) : автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 05.25.03 / А. И. Остапов. — М., 1998. — 33 с.
11. Слободяник М. С. Наукова бібліотека: еволюція структури і функцій / М. С. Слободяник. — К., 1995. — 267 с.
12. Соколов А. В. Коммуникационные потребности : учеб. пособие для бакалавров образования / А. В. Соколов ; Краснодар. гос. академия культуры. — Краснодар, 1996. — 161 с.
13. Чачко А. С. Библиотекари как социально-профессиональная группа : дис. ... д-ра пед. наук в виде науч. докл. : 05.25.03 / А. С. Чачко ; Моск. гос. ин-т культуры. — М., 1991. — 30 с.

Надійшла до редколегії 19.01.2011 р.

УДК 070:621.397.13]:070.431.4

Ю. М. СМУРНІКОВА

НОВИНИ З ПЕРЦЕМ ТА БУЛЬБАШКАМИ: ІНФОТЕЙНМЕНТ НА СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ

Досліджується явище інфотейнменту та його прояви в площині сучасних інформаційних телепрограм, визначаються особливості використання прийомів гри в українських теленовинах, причини та перспективи вкорінення інфотейнменту у вітчизняному новинному дискурсі.

Ключові слова: інформація, розвага, інфотейнмент, новини, телепрограма, мовна гра, іронічний ефект, інтрига, образність, інтертекстуальність, телеаудиторія.

Исследуется феномен инфотейнмента и его проявления в кон-

тексте современных информационных телепрограмм, определяются особенности использования игровых приемов в украинских теленовостях, причины и перспективы укоренения инфотейнмента в национальном новостийном дискурсе.

Ключевые слова: *информация, развлечение, инфотейнмент, новости, телепрограмма, языковая игра, иронический эффект, интрига, образность, интертекстуальность, телеаудитория.*

The phenomenon of infotainment and its signs in modern information TV programs are analyzed, the features of using the game methods in the Ukrainian TV news, causes and promising area for rooting of infotainment in the national news discourse are determined.

Keywords: *information, entertainment, infotainment, news, TV program, language game, ironic effect, intrigue, imagery, intertextuality, TV audience.*

Український інформаційний простір відрізняється високою концентрованою новинного продукту, надмірною насиченістю ринку теленовинами (лише загальнонаціональних новин налічується до десятка). Це створює умови для жорсткої конкуренції, виснажливої боротьби за глядача (довіра якого до новин балансує на критичній межі), а відтак — постійного пошуку нових способів і прийомів його приваблення, «перезавантаження» проекту заради поновлення його статусу та підвищення рейтингу. Так, усе активніше та сміливіше медіаменеджмент вдається до змін у концепції головної програми каналу, полегшуючи формат і стиль подання інформації, дедалі явним стає тяжіння інформаційних програм до інфотейнменту (infotainment: термін виник у результаті аббревіатурного з'єднання двох слів: інформація (information) та розвага (entertainment)) — розважального інформування, подання новин у формі розважальних передач або з відтінком розважальності [6]. Часто це призводить до зниження якості програм, витіснення «серйозної» та дійсно важливої інформації, зміщення акцентів, що неодноразово відзначали дослідники [2 — 4; 6; 9; 10; 13]. У наукових цілях вбачається актуальним і своєчасним здійснення всебічного аналізу цього явища в площині українських телевізійних реалій. Адже, на думку дослідників, причини тяжіння інформаційного мовлення до розважальності мають не лише комерційну, а глибшу — психоемоційну природу.

Явище інфотейнменту нині привертає увагу багатьох дослідників масової комунікації, серед яких Г. Беспам'ятнова, А. Вартанов, М. Голядкін, Г. Деваль, Е. Денніс, М. Зорков, М. Картозія, І. Куляс, І. Машенко, Дж. Мерріл, С. Михайлов та ін. [1 — 7; 9 — 11; 13]. Зокрема вчених цікавлять причини масштабного проникнення цього явища в мас-медіа пострадянських країн. В українському телевізійному дискурсі сучасні трансформації досліджує часопис «Телекритика» [9 — 11], проте, явище

інфотейнменту в національному телебаченні, й зокрема в теленовинах, нині залишається маловивченим.

Відтак, мета нашого дослідження — визначити найхарактерніші прояви інфотейнменту та причини його поширення в українському телебаченні, особливості використання прийомів гри й розваги в теленовинах, можливі наслідки та перспективи вкорінення інфотейнменту у вітчизняному новинному дискурсі.

Інфотейнмент зародився у 80-ті рр. в США: падіння рейтингів інформаційних програм змусило журналістів змінювати формат телевізійних новин (принципи відбору, способи подання інформації): знизилася частка «офіціозу», збільшилася кількість повідомлень на соціальні та культурні теми, у репортажах висвітлювалося більше деталей події. Серед новинних передач виокремилися інформаційно-розважальні, першою з них вважають щотижневик «60 хвилин» (CBS), де ведучі стали активно додавати в репортажі своє ставлення до подій, з'являтися в кадрі нарівні з героями матеріалів, що було вкрай нетиповим для американського інформаційного телебачення. Досвід CBS підхопили інші телеканали (NBC, ABC «20/20», CBS «48 hours», Fox News), у підсумкових випусках новин почали використовуватися ракурсна зйомка, графіка, спецефекти, мультиплікація, а сенсаційні повідомлення у верстці стали передувати соціально важливим. Телекомпанія Fox узяла інфотейнмент за основу концепції всього каналу [3; 6; 7]. Отже, існує гіпотеза, що інфотейнмент виник не через примхи продюсерів американських телекомпаній, а під впливом змін інтересів і вподобань аудиторії. Як зазначає С. Михайлов, соціологічні дослідження 1970 рр. засвідчили, що американське суспільство втомилося від серйозних матеріалів, і «жорстка» новина вже не цікавить телеглядачів [13].

Необхідно зазначити, що подібний розвиток мас-медіа передбачали теоретики інформаційного суспільства М. Маклюен, М. Кастельс, Е. Тоффлер. Зокрема, М. Маклюен, який вважав телебачення здатним створювати мозаїчну картину світу, зазначав: в епоху телекомунікаційного буму люди значно менше цікавляться соціальними явищами, сприймаючи їх як незначні елементи глобальної мозаїки [12].

Зниження інтересу соціуму до діяльності інститутів громадянського суспільства та набуття ним рис «публіки», яка формулює запит на розважальну інформацію, пророкував і М. Кастельс [8]. У свою чергу Е. Тоффлер вважав, що причиною трансформації є «футурошок»: переобтяженість інформацією ставить людину на межу її здібностей до адаптації, позбавляє можливості скласти адекватну картину світу, породжує «блокування» всього, що лякає, «реверсіонізм», «надспрощення». Прагнення позбутися стресів викликає «ескейпізм» — утечу від реальності в різних проявах [14]. Отже, беручи до уваги теорії

футурологів, можна припустити, що сама телеаудиторія стає замовником спрощеного формату. Це надає підстави ЗМІ для застосування нових прийомів, зокрема розважально-ігрових.

Явище гри привертає увагу багатьох дослідників, у науці існує багато теорій, які пояснюють її природу. Значний внесок у розробку цього напрямку зробили дослідники Бейтендейк, Берн, Бюлер, Гросс, Спенсер, Піаже, Фрейд, Фромм, Хейзинга, а також М. Бахтін, Л. Виготський, Д. Ельконін, О. Леонтьєв, В. Мухіна, С. Рубінштейн, В. Сухомлинський, К. Ушинський та ін. З усіх властивостей гри, які виділяють різні дослідники, для журналістики важливими є такі: гра розвиває; граючи, людина отримує задоволення як від самого процесу гри, так і від тріумфу перемоги [6; 15]. Феномен популярності розважально-ігрових передач, як-от «Поле чудес», «Найрозумніший», «Що? Де? Коли?», «Битва українських міст» пояснюється тим, що глядач часто ототожнює себе з учасником шоу, а тому вболіває та радіє його перемозі, як власній.

Слід зауважити, що ігрове начало реалізується на сучасному телебаченні двома способами: 1) через власне ігри, 2) через різні творчі прийоми в межах традиційних журналістських творів. Серед них можна назвати: нетрадиційні жанри, нестандартні підходи до висвітлення подій, особлива інтонація викладення матеріалу, лексико-синтаксичні прийоми. Головна умова — усі прийоми мають створювати ситуацію невимушеного спілкування, глядач не повинен напружуватися, сприймаючи інформацію, а навпаки — отримувати задоволення від витонченої іронії, влучного порівняння, дотепного каламбуру, яскравої метафори.

У контексті аналізу інфотейнменту важливим є поняття масової культури. Як зазначає Г. Беспам'ятова [1], особливістю маскульту є апелювання до стереотипів масової свідомості замість оригінальних образів. Іронія, самоіронія, сарказм, зниженість стилю, провокативність, метафоричність — важливі для естетики постмодернізму та маскультурної практики поняття елементи, що активно експлуатуються ЗМІ й зокрема телебаченням інфотейнменту.

На російському телебаченні першою програмою, побудованою за всіма принципами інфотейнменту, стала «Намедни» Леоніда Парфьонова (2001–2004 рр.). Як зазначає шеф-редактор НТВ М. Картозія [7], розробляючи концепцію програми, журналісти свідомо орієнтувалися на американський досвід. Нетиповими для тогочасного телебачення стали методи подання інформації, як-от: скорочення довжини сюжету, метафорично-образне тлумачення подій, «уречевлювання» новини, акцент на деталях, нетипових героях та обставинах. Крім того, в «Намедни» активно використовувалися художні прийоми — асоціативний, паралельний, кліповий монтаж, упрощува-

лися монті-пайтон («вживлення» анімаційних образів у документальні кадри) й інтерв'ю-кліп (стислий аудіовізуальний твір, призначений, насамперед, для емоційного сприйняття). Навіть після закриття проекту «Намедни» вплив цього проекту на розвиток телебачення є очевидним, оскільки концепції та прийоми, розроблені в ньому, нині широко використовують багато телестудій та журналістів, і не лише російських.

Щоб схарактеризувати прояви інфотейнменту в інформаційних програмах українського телебачення, дослідимо телепроекти, що найвиразніше тяжіють до розважальної стилістики: «Вікна» на СТБ, «Новини ТСН» «1+1» та «Сьогодні» на «ТВі».

Програма «Вікна» телеканалу СТБ. «Стьоб» (як обґрунтовану іронію над фактом, подією, ситуацією), сарказм, зверхне блюзнірство та пошук кумедного у звичайному інформаційна служба каналу СТБ зробила своїм «фірмовим стилем» і першою застосувала інфотейнмент на вітчизняному телеринкові. Принципи відбору подій у випуск: нудні «нестьобні» теми залишаються поза увагою, топ-новиною стає не найважливіша, а найкумедніша. Новини акцентують увагу на незвичайних героях, неочікуваних ракурсах, нетипових деталях події, що залишилися непоміченими іншими журналістами, використовують мовну гру, приховані алюзії, ігрове переосмислення стереотипів масової свідомості:

«Росіянин С. Халін тепер — Карлсон», — починається сюжет про винахідника, що сконструював лижі з мотором. Назва під сюжетом: «Він сказав: поїхали! Від гвинта» (алюзія на фільм «В бой идут одни старики»).

«Не розумію телячю мову» — висловлювання ДАІшника про державну мову б'є всі рекорди перегляду в Інтернеті. Назва під сюжетом: «Труднощі перекладу» (знову алюзія на однойменний кінофільм).

«Тіло як доказ» — назва сюжету про катування електричним струмом у міліції.

Серед інших телеканал СТБ вирізняється радикальним лексичним новаторством — спробою реанімації українського правопису 1928 р. та використанням на широкий загал його штучної лексики в суміші із західноукраїнськими діалектизмами: «етер», «Європа», «єври», «діялог», «плян», «поліціанти», «філіжанка», «кнайпа», «канапка»; а також самостійною сміливою словотворчістю: очільники, автівки, виші, комірне, торбохват, самовидці..., зокрема через утворення жіночого роду до всіх можливих іменників: депутат — депутатка, член — членкиня, соціолог — соціологиня та ін. Таке новаторство призвело до того, що нині ця лексика розтиражована різними телеканалами й у вустах журналістів, які погано володіють українською, являє собою справжній мовний сурогат.

Незважаючи на мовностилістичну виразність, зображальний ряд у програмі «Вікна» досить плаский, буквальний, що притаманно радше класичній моделі новин. Трапляються лише поодинокі випадки, коли глядач має змогу не просто бачити ілюстрацію події, а й читати поміж строк, через відеоряд уловлювати подвійні смисли та натяки журналіста, як-от у сюжеті про «урок Євро-2012 від високопосадовців для харківських школярів»: чиновники наголошують на важливості заходу, самі ж після офіційної частини відразу йдуть, на обличчях дітей нудьга та втома, а після заходу діти не можуть пояснити, чого їх навчили. Усе це робить новину зримішою, виразнішою, в іншому ж разі, яскраве лексичне забарвлення в поєднанні з нейтральним відеорядом сприймається як невинуватена й безпідставна оціночність.

В окремих випадках тотальна іронічність «Вікон» навіть межує з цинічністю, коли іронія виникає в тих темах, де вона недоречна. Так, «стьоб» у новинах СТБ, нібито покликаний полегшити сприйняття матеріалу та розважити аудиторію, іноді, навпаки, додає виразного суб'єктивізму у висвітлення події, через який людині вже складно розгледіти власне подію, осмислити факт чи явище, настільки вони спотворені журналістською інтерпретацією.

«Новини ТСН» телеканалу «1+1». Виникнення інфотейменту в українських теленовинах має власні, цілком логічні причини: політичні події в країні суспільство вже не сприймає серйозно, відтак, їх висвітлення в сухій офіційній манері більше не актуальне. «Новини ТСН» узагалі посунули політичні теми на другий план, зробивши акцент на соціальній проблематиці.

Інфотеймент у версії «Новин ТСН» характеризують енергійне подання, динамічність, продумана композиція сюжету, художньо-стильова атракційність. У повідомленнях широко використовуються мовна гра, трансформація сталих виразів, алюзії на явища та стереотипи масової культури: «москвичі в жалобі: розбір польотів», «українофоби в погонах»; унаочнення новини через деталізацію події: «ось так тепер виглядає кімната, в якій напередодні сталася ця пригода...», «точнісінько такий зашморг був на тілі загиблого...».

Відмінністю «Новин ТСН» є наповнення випусків прямими включеннями (що створює ефект надоперативності), підкреслена персоналіфікація новин через додавання журналістських стенд-апів до кожного матеріалу. Так, журналіст розповідає про зміни в процедурі отримання водійських прав та проходження техогляду і записує стенд-ап ніби побіжно, порсаючись у власному авто та перемовляючись з механіком.

Водночас найбільше критики медіадослідників та звичайних глядачів дістали надмірна драматизація сюжету, провокативність заголовків, незрозумілий принцип добору тем та інформаційних приводів і, власне, сама манера подання інформації в «Новинах ТСН» — надто

спрощена, майже побутова, сенсаційно-скандальна (деякі критики називають її пліткарською) [9 — 11]: «жінка викинула на сміття власну дитину», «троє людей втопилися у фекальному колодязі», «в Луганську молодики дві ночі поспіль трошили надгробки на місцевому цвинтарі», «тиждень у клітці провів робітник ферми на Харківщині»...

Медіадослідники категоричні в оцінках і називають такий підхід «агітацією для барбосів» та впевнені, що інфотеймент — це підхід, який вбиває справжні новини; акцент на рекреативну функцію, властивий сучасній тележурналістиці, може звести нанівець якість новин, перетворити на сурогат, так звану «макулатуру» (trash TV) [2; 4; 6; 9; 11].

Програма «Сьогодні» на «ТВі» вирізняється з-поміж інших яскравою стилістикою жовтої преси. Політичні теми дедалі частіше висвітлюються як певна «тусовка VIP-осіб», а спосіб розкриття та подання такої інформації подібні до хронік світського життя.

Донедавна для «Сьогодні» була характерною вторинність інформації, очевидна її запозиченість з інших джерел (враження неякісного ререйтингу), манера подання — в дусі передач про світське життя (в програмі навіть існувала окрема рубрика з відповідною назвою та характерною заставкою). Через відсутність авторських репортажів (1–2 на випуск) здавалося, що передачу готують 1–2 людини разом з ведучою, яка також була незмінною з випуску у випуск, що не додавало рейтингу цим новинам. Останнім часом «Сьогодні» змінило формат на традиційніший для щоденних підсумкових новин, у випусках значно побільшало авторських репортажів зі стенд-апами, зміцнився журналістський колектив, з'явилися нові обличчя серед ведучих.

Характерні для цієї програми прийоми інфотейменту: словесна гра, спрощення, знижений стиль, метафоричність, гротеск, повсякчасна іронізація над висловами. При цьому ведучі тримають певну дистанцію, демонструючи гордовитість і зарозумілість, та всупереч усьому намагаються підкреслити свою неупередженість:

»Син за батька не відповідає» (про сина Ю. Луценка та можливість заведення на нього кримінальної справи); «ГПУ влаштувала перформанс» (про машини швидкої допомоги, закуплені урядом Тимошенка); «Два місяці канікул тюремного режиму» (про ув'язнення колишнього міністра); «Сушать голови, як розвантажити траси»; «скільки мільйонів кинуть під колеса» (про затори на дорогах столиці).

Попри широке використання мовностилістичних засобів, відеоряд у сюжетах є досить невиразним і банальним, без особливих операторських знахідок, асоціативності й обігрань (у межах класичної моделі новин).

Іронія ж, використана як спосіб різкої критики влади, межує із сарказмом. Критику на адресу консолідованої влади в програмі «Сьогодні»

можна оцінити як тотальну: гіперболізації та сарказму піддаються будь-які її дії, рішення, ініціативи — усе інтерпретується та подається в яскраво негативній конотації. Так, у сюжеті про візит Президента України до Давосу спостерігаємо різко зневажливе ставлення до його персони й сарказм; навіть російський Президент Медведєв, який зазвичай дістає значної критики в програмі «Сьогодні», на цей раз названий більш «європейським та цивілізованим», ніж власний:

«Янукович у ВІП-масовці»; «Янукович пасе задніх»; «Гість на чужому святі».

Така надмірна оціночність, інтерпретованість новин, стійка критичність до влади та очевидна лояльність до опозиції з точки зору професійних стандартів робить програму незбалансованою і різко упередженою, з передбачуваним ставленням до подій, явищ, певних осіб, політичних сил, ідей тощо.

На основі вищезазначеного можна дійти таких висновків:

1. Відповідно на стомленість суспільства від «серйозної» інформації, а українського суспільства — ще й від перенасичення її політичним змістом, стало виникнення інфотейнменту. В українських теленовинах він проявляється як на рівні змісту (акцент на другорядних деталях, політичні новини подаються як світські хроніки), так і на рівні подання інформації (візуалізація проблеми, образність, інтрига, спрощення, динамічність, посилення ролі автора; мовна гра та іронія; драматизація сюжету).

2. Українським теленовинам не вистачає якісного змістовного розігрування новини; бракує ретельного вибудовування образного ряду події, унаочнення предмета розповіді, протиставлення явищ, підкреслення суперечностей через їх візуалізацію, тобто розуміння, що весь візуальний ряд має працювати на основну ідею. Замість цього домінують виразний суб'єктивізм, оціночність, надмірна драматизація сюжету, сенсаційність, провокативність, перенасиченість журналістських текстів інтерпретаціями.

3. Інфотейнмент на українському інформаційному телебаченні не є абсолютною тенденцією. Так, «Подробиці» на «Інтері» побудовані за класичною моделлю, дотримують офіційної стилістики, майже не вдаються до метафорично-образного тлумачення подій, іронічності. Спрямованість і завдання програми (зокрема оприлюднення позиції влади) стримує її авторів у використанні засобів виразності.

4. Українська телеаудиторія надає перевагу саме офіційним «Подробицям», демонструючи консервативність щодо своїх уявлень про теленовини (за даними «Телекритики», зі значним відставанням «Новини ТСН» на 2-му місці, «Вікна» — на 5-му). Напевно, український глядач симпатизує стилістиці інфотейнменту, але у своїй більшості вважає, що ігровим елементам не місце в такій серйозній програмі, як новини.

5. На українському телебаченні, мабуть є перспективи лише в тих програм, які використовуватимуть інфотейнмент у поєднанні з якісною журналістикою (та заради підвищення статусу професії), коли домінуючим компонентом у них буде інформація, тобто зміст (власне смачна страва), у той час як ігрові засади — лише формою чи способом подання цієї інформації (яскравим посудом для смачної страви). При цьому іронія, притаманна українській ментальності, неодмінно інтелігентна й витончена.

6. Дослідження явища інфотейнменту становить нове цікаве завдання науки, оскільки, по-перше, дає розуміння механізмів створення іронічного ефекту в журналістських матеріалах, по-друге, розкриває шляхи вдосконалення існуючих інформаційно-розважальних телепроектів, по-третє, стимулює винайдення й апробацію нових стилістичних та зображальних прийомів. Адже вивчення феномену інфотейнменту в сучасних телевізійних медіа потребує подальших наукових розвідок.

Список літератури

1. Беспмятнова Г. Н. Информационные проекты Леонида Парфенова на НТВ / Г. Н. Беспмятнова // Акценты. — 2005. — № 1–2. — С. 33.
2. Варганов А. А чё? Пипл хавает / А. Варганов // Журналист. — 1997. — № 6. — С. 33–35.
3. Голядкин Н. А. ТВ-информация в США / Н. А. Голядкин. — М. : Ин-т повыш. квалиф. работников телевидения и радиовещания, 1995. — 79 с.
4. Деваль Г. Тиражи и скандалы. Европейский опыт / Г. Деваль // Среда. — 1998. — № 6. — С. 17–20.
5. Дэннис Э. Беседы о масс-медиа / Э. Дэннис, Дж. Мэррилл. — М. : Вагриус, 1997. — 384 с.
6. Зорков Н. Н. Инфотейнмент на российском телевидении [Электронный ресурс] / Николай Зорков // RELGA. — 2005. — №19 [121]. — Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=735&level1=main&level2=articles>. — Загл. с экрана.
7. Картозия Н. Программа «Намедни»: русский инфотейнмент / Н. Картозия // Меди@льманах. — 2003. — №3. — С. 10–25.
8. Кастельс М. Становление общества сетевых структур / М. Кастельс // Новая постиндустриальная волна на Западе: антология / под ред. В. Л. Иноземцева. — М. : Academia, 1999. — 610 с.
9. Куляс І. Землетрус у ТСН, або Про інфотейнмент і версії в теленовинах [Електронний ресурс] / Ігор Куляс // Телекритика. — 2010. — 16 берез. — Режим доступу: <http://new.telekritika.ua/medialiteracy/2010-03-16/51645>. — Назва з екрану.
10. Куляс І. Падаюча крива професійної якості [Електронний ресурс] / Ігор Куляс // Телекритика. — 2009. — 05 лист. — Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/medialiteracy/2009-11-05/49043>. — Назва з екрану.

11. Лигачева Н. Барбосизация всей страны [Электронный ресурс] / Наталья Лигачева // Телекритика. — 2008. — 04 авг. — Режим доступа: <http://www.telekritika.ua/nl/200-08-04/39830>. — Загл. с экрана.
 12. Маклюэн М. Понимание Медиа : Understanding Media / Маршалл Маклюэн. — М. : Гипербория, 2007. — 464 с.
 13. Михайлов С. А. Журналистика Соединенных Штатов Америки. — СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2004. — 448 с. — (Серия «Библиотека профессионального журналиста»).
 14. Тоффлер Э. Шок будущего / Элвин Тоффлер. — М. : АСТ, 2008. — 560 с.
 15. Хейзинга Й. Homo Ludens. Человек играющий : статьи по истории культуры / Йохан Хейзинга ; пер. Д. Сильвестрова. — М. : Айрис-Пресс, 2003. — 496 с. — (Серия «Библиотека истории и культуры»).
- Надійшла до редколегії 13.01.2011 р.*

УДК [378:02]:[008:38]

І. П. КОВАЛЕНКО

ПРАВОВА КУЛЬТУРА ЯК ОБ'ЄКТ МІЖДИСЦИПЛІНАРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Аналізується феномен правової культури як об'єкт міждисциплінарних досліджень, розкриваються аспекти його вивчення в межах різних наукових дисциплін.

Ключові слова: *правова культура, об'єкт наукового дослідження, міждисциплінарні дослідження.*

Анализируется феномен правовой культуры как объект междисциплинарных исследований, раскрываются аспекты его изучения в рамках различных научных дисциплин.

Ключевые слова: *правовая культура, объект научного исследования, междисциплинарные исследования.*

In this article are analyzed the fenomen of legal culture as a subject of crossdisplining research, the exposed the aspects its research in the framework of different scientific disciplines.

Key words: *legal culture, subject of scientific research, crossdisplining research.*

Виховання правової культури є найважливішою складовою процесу формування громадянського суспільства та розбудови правової держави. Підвищення рівня правової культури та правосвідомості людини і громадянина, формування поваги до закону піднесено нині в Україні до рівня основних напрямів державної політики [6]. Проте єдиного розуміння сутності політичної культури в науці ще не існує. Так, С. Комаров зазначив, що в науковій літературі налічується понад 250 визначень правової культури [8, с. 241]. Д. Бойко наголошує на «невизначеності категорії «правова культура», недостатній розробленості цього поняття