

усвідомлення об'єктивної цінності музичного твору; характер ціннісних орієнтацій в галузі музичного мистецтва (саме в жанрі бардівської пісні); здатність оцінювати музичний твір адекватно до його об'єктивної цінності, розуміючи під нею таку цінність, яка закладена в даний музичний твір його автором і є загально визнаною. Основними показниками морально-почуттєвого критерію визначено здатність до емоційного реагування на музичний твір адекватно до його морально-естетичної сутності; вміння відчувати зміни в емоційній структурі музичного твору, музично-поетичного образу; здатність до активного сприймання та глибоких моральних почуттів, які викликані музичним твором упродовж його звучання; глибина і стійкість морально-естетичних почуттів, викликаних прослуханими творами. Діяльнісно-творчий критерій морально-естетичної вихованості студентів характеризувався прагненням до самовираження в музично-поетичній творчості; здатністю до виконавської діяльності; активністю виконавської діяльності. Показниками комунікативного критерію виступили: морально-етичні взаємовідносини студентів між собою та взаємовідносини між викладачами та студентами; гуманізм в умовах спільної діяльності; духовне спілкування на основі захоплення сумісною творчою діяльністю.

Ключові слова: морально-естетичне виховання, університет, студентська молодь, авторська (бардівська) пісня, спецкурс.

УДК 316.774

DOI <https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series5.2023.91.12>

Гребеник Т. В.

АНАЛІЗ СУТНОСТІ ФЕНОМЕНУ МЕДІАКУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ В НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ

На основі аналізу педагогічних та соціально-психологічних досліджень у статті розглянуто поняття «медіакультура» як одну з найважливіших характеристик особистості в сучасному світі. Актуальність теми зумовлена стрімким розвитком сучасних медіатехнологій та збільшенням впливу медіапростору на професійну діяльність викладачів закладів вищої освіти. Обґрунтовано, що ефективність діяльності особистості в інформаційному суспільстві безпосередньо залежить від рівня її медіакультури. Окреслено значення основних понять сфери медіаосвіти, а саме: медіаобізнаність, медіаграмотність, медіакомпетентність, медіакультура, що часто використовуються в науковій літературі як тотожні або взаємозамінні.

У процесі дослідження встановлено, що медіакультура – це відносно нове поняття, якому властиве далеко не єдине визначення. Представлено різні аспекти трактування поняття «медіакультура особистості» в науковій літературі: як сукупність компетентностей, потреб, цінностей особистості; як певний рівень її розвитку; як необхідне структурне утворення особистості; як складник загальної культури та ін.

Визначено сутність поняття «медіакультура особистості», якій властива сукупність знань щодо особливостей формування політичних та соціокультурних аспектів сучасного медіапростору, етичних та правових норм професійної діяльності в ньому; навичок ефективного орієнтування в медіапросторі, передачі медіакультурних цінностей та самовираження за допомогою медіазасобів.

З'ясовано, що розвиток медіакультури особистості передбачає формування нових компетентностей, що відповідають за творчий пошук, використання та створення медіаінформації, успішну комунікацію в медіапросторі, креативне мислення та ін.

Ключові слова: культура, медіа, медіаосвіта, медіакультура, медіакультура особистості, інформаційне суспільство.

Сучасні динамічні зміни в соціально-економічних та суспільно-політичних процесах, збільшення використання нових інформаційно-комунікаційних технологій в повсякденному житті, перехід до інформаційного суспільства, пришвидшене створення цифрового освітнього простору, повсюдне використання медіа як засобу дистанційної та неформальної освіти стали новими викликами ХХІ-го століття і сформувавши потребу розвитку медіакультури в українському суспільстві.

Медіаосвіта як освітній напрям, що спрямований, здебільшого, на формування та розвиток медіакультури в суспільстві, поширена в більшості демократичних країн світу, вона вважається показником реалізації основних громадянських прав. Крім того, вимоги ринку праці щодо конкурентоздатності фахівців постійно підвищуються, актуалізується наявність компетентностей, що пов'язані з розвинутою медіакультурою особистості, а саме:

- розуміння важливості медіатехнологій та медіазасобів, які можуть підтримувати комунікацію, творчість та інноваційний пошук в професійній діяльності;
- усвідомлення можливостей, обмежень, наслідків та ризиків, що пов'язані з медіапростором у процесі професійного розвитку;
- розуміння загальних принципів, механізмів і логіки, що містяться в основі сучасної медіакультури соціуму;

- усвідомлення важливості критичного мислення у підходах до інформації, отриманої з медіа;
- знання основних правових та етичних принципів професійної діяльності в інформаційному суспільстві;
- володіння навичками та вміннями, що забезпечують ефективний пошук, використання, оцінювання, створення та поширення медіаконтенту для підтримки активної громадянської позиції особистості, творчості у процесі реалізації особистих, соціальних та комерційних цілей [16].

Постійна взаємодія в медіапросторі за допомогою медіазасобів вимагає рефлексивного, критичного, творчого, відкритого і перспективного ставлення особистості до їх розвитку та функціонування в умовах швидкозмінного медіасоціуму. У зв'язку з цим у науково-дослідницькому пошуку вирізняється актуальна проблема визначення сутності поняття «медіакультура особистості».

Різні аспекти проблеми медіаосвіти та медіакультури знайшли своє відображення в сучасному науковому дискурсі і стали предметом дослідження багатьох вітчизняних та зарубіжних учених. Наукові розвідки щодо питань медіаосвіти вивчали О. Баришполець, Г. Головченко, Н. Приходькіна та ін. До висвітлення соціально-психологічних аспектів формування медіакультури особистості долучились О. Баришполець, Л. Найдьорова, Н. Череповська та ін. Формування та розвиток медіакультури особистості у педагогічних дослідженнях відображено у працях Н. Духаніної, І. Колеснікової, О. Коневщинської, Г. Онкович, Н. Шубенко, Т. Фурсикової, М. Ячменик та ін.

Не дивлячись на значний інтерес науковців до питання медіаосвіти, проблема розвитку медіакультури особистості залишається малодослідженою, що також виражається у відсутності єдності у трактуванні цього феномену.

Попри те, що питання медіаосвіти є активно досліджуваним протягом останніх кількох років, однак, досі дискусійним залишається зміст поняття «медіакультура», що й зумовило **мету нашого дослідження** – проаналізувати феномен медіакультури особистості в сучасному науковому дискурсі.

Ключові рекомендації щодо розвитку *медіакультури* в українському суспільстві позиціоновані у відповідних нормативно-правових та засадничих документах (Стратегія розвитку вищої освіти в Україні на 2022–2032 роки, Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція), Стратегія інформаційної безпеки до 2025 року та ін.), що визначають її однією з пріоритетних напрямів у системі інформаційної безпеки України.

Вони свідчать, що медіакультура, критичне мислення, відповідальне користування медіапростором, виступаючи в ролі потужних ресурсів розвитку особистості, забезпечують адаптацію до швидкозмінних умов сучасного життя, дозволяють здійснювати професійну діяльність в інформаційному суспільстві, передбачають різні можливості саморозвитку та самореалізації. Тому доцільним є усвідомлення основних теоретичних підходів до трактування поняття «медіакультура».

Медіакультура як багатогранний феномен у процесі взаємодії з певними елементами соціокультурного простору створює нові смисли трактування сутності такого явища. Натомість у методологічному аспекті доречно розглянути співвіднесення понять медіаосвіта, медіаобізнаність, медіаграмотність, медіакомпетентність для того, щоб окреслити процеси, які охоплює сучасна медіакультура.

На думку вітчизняних учених І. Хижняка та О. Ішутіної медіаосвіта розглядається як вектор розвитку освіти та освіченості, що надає суспільству можливість зрозуміти як масова комунікація використовується в соціумі, застосовувати медіа під час комунікації та для створення власних медіатекстів, критично аналізувати перенасичений інформаційний простір, інтерпретувати медіатексти, орієнтуватись у політичних, соціальних і культурних контекстах та цінностях, що продукують медіа [14].

Завдяки наявності медіаобізнаності особистість може легко визначити для себе користь і шкоду засобів масової комунікації, а також вільно та швидко орієнтуватись в інформаційному середовищі, використовуючи лише потрібні джерела інформації [2, с. 42–43].

Медіаграмотність особистості відповідає за критичний аналіз та інтерпретацію інформації, отриманої з різних джерел медіа, створення власної медіапродукції, а отже передбачає наявність умінь ефективного орієнтування в медіасередовищі.

Дослідницька група Міжнародного благодійного фонду «Академія Української преси» визначає медіаграмотність як сукупність компетенцій, що забезпечують аналіз, оцінку і створення медіаповідомлень та «активне чи пасивне сприйняття і використання матеріалів медіа, включаючи їх критичне сприйняття і усвідомлену оцінку, розуміння методів, які використовують медіа і їх вплив» [1].

Поняття «медіакомпетентність особистості», як засвідчує аналіз наукових джерел, характеризує певний рівень медіакультури, що формується у процесі медіаосвіти і передбачає розуміння економічного, політичного та соціокультурного аспекту діяльності медіа, а також «сукупність її знань, умінь, здібностей, що сприяють відбору, використанню, критичному аналізу, оцінці, створенню й передачі медіатекстів у різних видах, формах і жанрах, аналізу складних процесів функціонування медіа в соціумі» [12].

Як складне явище медіакомпетентність реалізується тільки за наявності трьох складників: комунікаційної, комунікативної та інформаційної компетентності, які допомагають особистості критично сприймати реальність, сконструйовану медіа, та приймати компетентні рішення.

Отже, медіаграмотність є складником медіакомпетентності особистості, яка є передумовою її медіакультури.

Безумовно, *медіакультура* – це складний феномен, що має безліч трактувань і сфер застосування, а отже лише міждисциплінарний підхід до її вивчення із залученням медіазнавців, науковців зі сфери педагогіки, психології, соціології, культурології, філософії та журналістики дозволить розкрити його як багатогранну і динамічну систему. Тож питання медіакультури особистості знайшло певне відображення в наукових дослідженнях як вітчизняних, так і зарубіжних учених.

Оскільки основними складниками медіакультури є поняття «медіа» і «культура», доцільно схарактеризувати трактування кожного з них.

Визначення поняття «медіа» в сучасному науковому дискурсі також є неоднозначним і суперечливим, оскільки воно є динамічним, залежно від власних технічних можливостей. Складність трактування такого поняття визначається тим, що медіа містять у собі культурний код, впливають на світосприйняття, формування суспільної свідомості та соціалізацію особистості, а також являються універсальними посередниками між особистістю та оточуючим світом, подекуди видозмінюючи та конструюючи нову реальність. Тобто це складна система масових комунікацій або засобів передачі інформації, що дозволяє створювати, зберігати, редагувати та передавати інформацію між основними учасниками формування медіапростору.

Поняття «культура» уособлює всю різноманітність організації та змін людської життєдіяльності, всі матеріальні та нематеріальні цінності суспільства, а також характеризує його основні риси.

Інтеграційне поєднання двох вище означених явищ суспільного життя утворило нове поняття – «медіакультура», що функціонує в сучасному науковому полі та має різні, подекуди відмінні, смислові акценти.

У широкому сенсі *медіакультура* – це соціокультурний феномен, який містить сукупність інформаційно-комунікативних засобів та цінностей у сфері медіа, що представлені у різних формах; це система їх функціонування у соціумі; це новий культурний простір та ін. [10].

Варто зауважити, що в міждисциплінарному сенсі існують різні підходи до трактування сутності поняття «медіакультура». Його розглядають як:

- соціальний феномен;
- форму соціокультурної взаємодії;
- культуру подання інформації в медіа та культуру сприймання медійної інформації аудиторією;
- систему рівнів розвитку особистості;
- сукупність інформаційно-комунікаційних засобів і суспільних цінностей;
- взаємодію виробника і споживача через технічні засоби [7, с. 6–7].

У різних психолого-педагогічних дослідженнях вчені вирізняють загальну медіакультуру та медіакультуру особистості.

Наприклад, у більшості соціально-психологічних досліджень українських науковців *медіакультура особистості* трактується як сукупність знань, умінь, навичок, потреб, цінностей особистості, що були сформовані під впливом медіасередовища з використанням засобів мас-медіа, у процесі соціалізації [8, с. 70].

За визначення О. Баришпольця *медіакультура особистості* – це рівень розвитку «під кутом зору її здатності ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитись в інформаційному середовищі: розпізнавати, сприймати, розуміти, аналізувати, оцінювати медіатексти, тлумачити поширювану через мас-медіа культурну, політичну та ін. інформацію та адекватно реагувати на неї, долучатися до медіаторчості, засвоювати нові знання за допомогою медіа тощо». В її структурі дослідник виділяє три компоненти: медіаобізнаність, медіаграмотність та медіаосвіченість [2, с. 42].

Слушною видається думка О. Коневщинської, яка вважає, що *медіакультура* є необхідним структурним утворенням особистості, що впливає на освітній процес і ґрунтується на особливих принципах, які визначають вимоги до медіаосвіти, до змісту та організації викладання медіаосвітнього курсу, до психолого-педагогічних механізмів, що забезпечують таке формування [5].

Медіакультура є поняттям значно ширшим. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні, що була схвалена Президією Національної академії педагогічних наук України від 21 квітня 2016 року, трактує *медіакультуру* як культуру «сприймання і виробництва соціальними групами та соціумом у цілому сукупності інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, технологій комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передавання інформації. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі, здійснювати ціннісно-вольову рефлексивну регуляцію інформаційної поведінки» [6, с. 7–8]. За Концепцією медіаобізнаність і медіаграмотність є складниками медіакультури, рівень якої визначається медіакомпетентністю особистості.

І. Колеснікова, досліджуючи формування та розвиток медіакультури вчителів у закладах післядипломної педагогічної освіти, розглядає *медіакультуру* як певний рівень розвитку особистості, що передбачає спроможність ефективно використовувати медіаресурси та взаємодіяти з мас-медіа; знаходити, зберігати, передавати та опрацьовувати інформацію [4, с. 48]. Дослідниця підкреслює, що медіакультура впливає на формування світогляду, інтелекту, емоційних станів та свідомості особистості, а отже її значення в соціальному, моральному, культурному та інтелектуальному житті суспільства постійно зростає. Крім того, такий

феномен є невід'ємною частиною сучасного життя, де особистість і суспільство виступають одночасно і виробниками, і споживачами інформації [3].

Цікавою є думка І. Колеснікової щодо основних складових *медіакультури*, де окреслено наявність наступних навичок: пошуку, сприйняття, аналізу, критичного осмислення, інтерпретації та трансформування інформації; сприйняття множинності та взаємопов'язаності інформаційних повідомлень. Крім того, за визначенням дослідниці цей структурний елемент особистості схарактеризований через поняття медіаосвіченість може передбачати можливість особистості бути передавачем медіакультурних стандартів; здатність створювати нові елементи медіакультури; розуміння політичного та соціокультурного контексту функціонування медіа [4, с. 87].

Вважаємо доцільним трактування української дослідниці Т. Фурсикової, яка зазначає, що медіакультура на особистісному рівні є «складником загальної культури, що ґрунтується на знаннях про сутність і специфіку медійних процесів, дає змогу транслювати соціокультурний досвід засобами медіа й реалізується внаслідок діалогового способу взаємодії людини з медійним суспільством». Аналізуючи множинність трактувань такого поняття в наукових дослідженнях, вчена окреслила основні підходи до його вивчення, а саме: культурологічний, герменевтичний, системний, синергетичний, аксіологічний та особистісно-діяльнісний підхід [13, с. 65].

Подібне тлумачення сутності *медіакультури особистості* знаходимо в більшості психолого-педагогічних розвідок, що представлені в трактуванні її змісту не тільки як засобу для опанування медіатехнологій, але й як обов'язкового складника формування особистості в умовах постійного підвищення інтенсивності інформаційних потоків. Таке визначення уможливує подальше розширення кола наукових розвідок у галузі теорії і методики медіаосвіти.

Також на думку більшості дослідників метою функціонування медіакультури в суспільстві є соціалізація особистості, формування суспільної свідомості та ін. Саме високий рівень медіакультури особистості є необхідною умовою для діяльності в епоху повсюдного використання медіатехнологій та збільшення впливу інформаційного простору, ефективним засобом розвитку творчого та критичного мислення [9, с. 130].

Наприклад, медіакультура – важлива умова формування професійної культури викладача вищої школи, що дозволяє ефективно взаємодіяти з мас-медіа, використовувати медіаресурси та транслювати власний педагогічний і соціокультурний досвід за допомогою медіазасобів у процесі професійної діяльності.

Н. Череповська розглядає медіакультуру особистості в соціально-психологічному та культурологічному аспектах і характеризує її як надбання індивіда, що складається з системи способів використання та споживання інформації [15, с. 13].

Поняття «медіакультура» українська група дослідників (О. Баришполець, Г. Мироненко, Л. Найдьнова, Н. Череповська та ін.) трактує як «набуті людиною психофізіологічні, психологічні та соціально-психологічні особливості споживання медіапродукції». Так, у комплекс психологічних особливостей можуть входити мотиви та вміння пошуку, сприймання, аналізу, опрацювання, використання та зберігання медіаінформації. Соціально-психологічні особливості містять комунікативні стратегії, способи особистісного вираження за допомогою медіа, способи ідентифікації себе в суспільстві за медіавподобаннями, суспільно значущі медіапрактики та ін. Науковці наголошують, що соціальні потреби в інформації та її споживанні, в цьому сенсі, будуть головними механізмами розвитку означеного особистісного утворення [8, с. 307].

Зауважимо, що на думку Г. Онкович, у дослідженнях основних проблем сфери медіаосвіти, медіакультура тлумачиться як один із індикаторів розвитку інформаційного суспільства, а медіакультура соціуму як здатність «ефективно використовувати медіаресурси й застосовувати передові інформаційні технології», яка формується засобами медіаосвіти [11].

Тобто більшість науковців, роботи яких проаналізовано, одностайні в тому, що медіакультура є результатом медіаосвіти. Важливою особливістю цього явища є те, що *медіакультура* – це багатогранне утворення, що відповідає за передачу новому поколінню результатів пізнавальної соціокультурної діяльності, інтегрує компетентності щодо творчого пошуку, опрацювання, збереження, передачі, створення медіаінформації; сприяє самовираженню та успішній комунікації за допомогою медіазасобів; мотивує до свідомого сприйняття, оцінки та критичного осмислення медіаповідомлень; прогнозує розпізнання небезпек «світу медіа»; спрямовує на осмислення цінностей, стандартів, ідеалів, що транслюють медіа та ін.

Висновки. Швидкі темпи інноватизації та інформатизації освітнього простору, існування культури медіарозмаїття в сучасному суспільстві невпинно призводять до підвищення наукового інтересу щодо дослідження теорії медіаосвіти, а отже і медіакультури.

Проведений теоретичний аналіз існуючих у вітчизняному науковому обігу визначень поняття «медіакультура особистості» переконує, що в педагогічній теорії та практиці значна увага приділяється різним аспектам формування та розвитку медіакультури фахівців у цілому, та педагогів вищої школи зокрема. Проте досліджувана проблема ще не отримала достатнього висвітлення.

Поняття «медіакультура» постійно збагачується новими векторами суспільного розвитку. Трактування означеного явища ускладнюється відсутністю узгодженості думок у науковому обігу щодо понятійного апарату сфери медіаосвіти. Сучасний стан наукового дискурсу в термінологічному полі дослідження можна окреслити як етап усвідомлення сутності теоретичних та практичних аспектів медіакультури.

Таким чином, аналізуючи сукупність визначень поняття «медіакультура особистості», можна стверджувати, що це інтегральна та динамічна характеристика особистості, яка містить сукупність знань щодо особливостей формування політичних та соціокультурних аспектів сучасного медіапростору, етичних та правових норм роботи в ньому; навичок ефективного орієнтування в медіапросторі, передачі медіакультурних цінностей та самопозиціонування за допомогою медіазасобів; механізмів саморегуляції (критичне та творче мислення, аналіз та оцінка медіаповідомлень); установок щодо багатофункціональної діяльності в інформаційному суспільстві, з обов'язковим використанням в ній медіазасобів. Наявність таких компетентностей передбачає ефективне орієнтування в медіапросторі та забезпечує конкурентоспроможність особистості в непростих умовах сучасного соціуму.

Перспективи подальших досліджень. Проблема медіакультури особистості потребує всебічного вивчення. Поза увагою залишається питання цілеспрямованого розвитку медіакультури у викладачів вищої школи як необхідної умови надання якісних освітніх послуг. Перспективу подальших наукових розвідок вбачаємо в аналізі сутності поняття «медіакультура викладачів вищої школи» та стратегій розвитку медіакультури викладачів закладів вищої освіти в Україні.

Використана література:

1. Академія української преси. АУП. Дорожня карта з медіаосвіти і медіаграмотності України. *Медіаосвіта та медіаграмотність*. 2016. URL: https://aup.com.ua/ml/Media_Literacy_Road_Map_AUP_2016.pdf
2. Баришполец О. Т. Український словник медіакультури. Київ : Міленіум, 2014. 196 с.
3. Колеснікова І. В. Медіа-культура вчителя: аналіз категорій та понять. *Проблеми освіти* : наук.-метод. зб. Київ, 2015. Вип. 85. С. 102–106.
4. Колеснікова І. В. Розвиток медіакультури вчителів у закладах післядипломної педагогічної освіти : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / Житомирський державний університет імені Івана Франка. Житомир, 2018. 292 с.
5. Коневщинська О. Е. Розвиток медіаосвіти і медіакультури в умовах сучасного інформаційного суспільства. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2016. Т. 54, № 4. С. 32–41. DOI: <https://doi.org/10.33407/itlt.v54i4.1481>
6. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) : схвалено президією Нац. акад. пед. наук України 21 квіт. 2016 р. / за ред. Л. А. Найдьонові, М. М. Слюсаревського. Київ, 2016. 19 с. URL: <https://mediaosvita.org.ua/book/kontseptsiya-vprovadzheniya-mediaosvity/>
7. Медіакультура в контексті міждисциплінарних досліджень : монографія / за заг. наук. ред. В. В. Березенко, М. А. Лепського, О. О. Семенець ; відп. ред. К. Г. Сіриньок-Долгарьова. Запоріжжя : Кераміст, 2017. 309 с.
8. Медіакультура особистості : соціально-психологічний підхід : навч.-метод. посіб. / О. Т. Баришполец та ін. ; за ред. Л. А. Найдьонова, О. Т. Баришполец. Київ : Міленіум, 2009. 440 с.
9. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів : монографія / О. Т. Баришполец та ін. ; за наук. ред. Л. А. Найдьонові, Н. І. Череповської. Київ : Міленіум, 2014. 348 с.
10. Москвич О. Д. Феноменологія сучасної медіареальності: експлікація понять. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Філософські науки*. Луцьк, 2014. № 18. С. 68–73.
11. Онкович Г. В. Медіаосвіта як інтелектуально-комунікативна мережа. *Вища освіта України*. Запоріжжя : Вид-во приватного класичного університету, 2008. № 3. Додаток 1. Тем. вип. «Наука і вища освіта в Україні: міра взаємодії». С. 130–137.
12. Приходькіна Н. О. Компетенція, компетентність, медіакомпетентність: аналіз термінології. *Вісник післядипломної освіти: зб. наук. праць. Серія : Педагогічні науки*. 2017. Вип. 5. С. 80–88.
13. Фурсикова Т. В. Теоретичні і методичні засади розвитку професійної медіакультури майбутніх магістрів освіти : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.04 / Центральноросійський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка. Кропивницький, 2020. 528 с.
14. Хижняк І. А., Ішутіна О. Є. Феномен медіаосвіти в професійно-педагогічному дискурсі. *Засоби навчальної та науково-дослідної роботи*. 2020. Вип. 55. С. 6–17. DOI: <https://doi.org/10.34142/2312-1548.2020.55.01>
15. Череповська Н. І. Медіакультура та медіаосвіта учнів ЗОШ. Візуальна медіакультура. Київ : Видавництво «Шкільний світ», 2010. 128 с.
16. Council of the European Union. (2018). Recommendation of 22 May 2018 on key competences for lifelong learning (Text with EEA relevance) (2018/C 189/01). Official Journal of the European Union. Vol. 61. P. 1–13. URL: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)&rid=7](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)&rid=7) (accessed 02/15/2023).

References:

1. Akademiia ukrainsoi presy. AUP. (2016). Dorozhnia karta z mediaosvity i mediahramotnosti Ukrainy. Mediaosvita ta mediahramotnist [Road map of media education and media literacy of Ukraine. Media education and media literacy]. [www.aup.com.ua](https://aup.com.ua/ml/Media_Literacy_Road_Map_AUP_2016.pdf). Retrieved from https://aup.com.ua/ml/Media_Literacy_Road_Map_AUP_2016.pdf [in Ukrainian].
2. Baryshpolec, O. T. (2014). *Ukrainskyi slovnyk mediakultury [Ukrainian dictionary of media culture]*. Kyiv: Milenium [in Ukrainian].
3. Kolesnikova, I. V. (2015). Media-kultura vchytelia: analiz katehorii ta poniat [Teacher's media culture: analysis of categories and concepts]. *Problemy osvity: nauk.-metod. zb. – Problems of education: science and method. coll.*, 85, 102–106. Kyiv [in Ukrainian].
4. Kolesnikova, I. V. (2018). Rozvytok mediakultury vchyteliv u zakladyakh pisljadiplomnoi pedahohichnoi osvity [Development of media culture of teachers in post-graduate pedagogical education institutions]. *Candidate's thesis*. Zhytomyr: Zhytomyrskyi derzhavnyi universytet imeni Ivana Franka [in Ukrainian].
5. Konevshchynska, O. E. (2016). Rozvytok mediaosvity i mediakultury v umovakh suchasnoho informatsiinoho suspilstva [Development of media education and media culture under the conditions of modern information society]. *Informatsiini tekhnolohii i zasoby navchannia – Information technologies and teaching aids*, 54, 4, 32–41. DOI: <https://doi.org/10.33407/itlt.v54i4.1481> [in Ukrainian].

6. Naidonova, L. A., & Sliusarevskiy, M. M. (Eds.). (2016). *Kontseptsiia vprovadzhennia mediaosvity v Ukraini (nova redaktsiia) : skhvaleno prezydiiu Nats. akad. ped. nauk Ukrainy 21 kvit. 2016. [Concept of introduction of media education in Ukraine (new edition): approved by the Presidium of the National acad. ped. of Sciences of Ukraine April 21, 2016]*. Kyiv. Retrieved from <https://mediaosvita.org.ua/book/kontseptsiya-vprovadzhennya-mediaosvity/> [in Ukrainian].
7. Berezenko, V. V., Lepskoho, M. A. & Semenets, O. O. (Eds.). (2017). *Mediakultura v konteksti mizhdystyplinarnykh doslidzen [Media culture in the context of interdisciplinary research]*. Zaporizhzhia : Keramist [in Ukrainian].
8. Baryshpolets, O. T. et al. (2009). *Mediakultura osobystosti : sotsialno-psykholohichni pidkhid [Media culture of personality: social and psychological approach]*. L. A. Naidonova, & O. T. Baryshpolets (Eds.). Kyiv: Milenium [in Ukrainian].
9. Baryshpolets, O. T. et al. (2014). *Mediapsykholohiia: na peretyni informatsiinoho ta osvithoho prostoriv [Media psychology: at the intersection of informational and educational spaces]*. L. A. Naidonova, & N. I. Cherepovska (Eds.). Kyiv: Milenium [in Ukrainian].
10. Moskvych, O. D. (2014). Fenomenolohiia suchasnoi mediarealnosti: eksplikatsiia poniat [Phenomenology of modern media reality: explanation of concepts]. *Naukovyi visnyk Skhidnoevropeiskoho natsionalnogo universytetu imeni Lesi Ukrainky. Filozofski nauky – Scientific Bulletin of Lesya Ukrainka East European National University. Philosophical sciences*, 18, 68–73. Lutsk [in Ukrainian].
11. Onkovych, H. V. (2008). Mediaosvita yak intelektualno-komunikatyvna mrezhka [Media education as an intellectual and communicative network]. *Vyshcha osvita Ukrainy – Higher education of Ukraine*, 3. Dodatok 1. Thematic issue «Nauka i vyshcha osvita v Ukraini: mira vzaiemodii», 130–137. Zaporizhzhia: Vyd-vo pryvatnoho klasychnoho universytetu [in Ukrainian].
12. Prykhodkina, N. O. (2017). Kompetentsiia, kompetentnist, mediakompetentnist: analiz terminolohii [Competence, competence, media competence: analysis of terminology]. *Visnyk pislidiplomnoi osvity: zb. nauk. prats. Seriia : Pedagogichni nauky – Bulletin of postgraduate education: coll. of science works. Series: Pedagogical sciences*, 5, 80–88 [in Ukrainian].
13. Fursykova, T. V. (2020). Theoretical and methodological principles of the development of professional media culture of future masters of education [Theoretical and methodical principles of development of professional media culture of future masters of education]. *Doctor's thesis*. Kropyvnytskyi: Central Ukrainian State Pedagogical University named after Volodymyr Vinnichenko [in Ukrainian].
14. Khyzhniak, I. A., & Ishutina, O. Ye. (2020). Fenomen mediaosvity v profesiino-pedahohichnomu dyskursi [The phenomenon of media education in the professional and pedagogical discourse]. *Zasoby navchalnoi ta naukovo-doslidnoi roboty – Means of educational and research work*, 55, 6–17. DOI: <https://doi.org/10.34142/2312-1548.2020.55.01> [in Ukrainian].
15. Cherepovska, N. I. (2010). *Mediakultura ta mediaosvita uchniv ZOSH. Vizualna mediakultura. [Media culture and media education of school students. Visual media culture]*. Kyiv: Vydavnytstvo «Shkilnyi svit» [in Ukrainian].
16. Council of the European Union. (2018). Recommendation of 22 May 2018 on key competences for lifelong learning (Text with EEA relevance) (2018/C 189/01). Official Journal of the European Union. Vol. 61. pp. 1–13. Retrieved from: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)&rid=7](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)&rid=7) (accessed 02/15/2023)

Hrebenyk T. Analysis of the essence of personality media culture phenomenon in scientific discourse

Based on the analysis of pedagogical and socio-psychological research, the article examines the concept of «media culture» as one of the most important characteristics of an individual in the modern world. The relevance of the topic is due to the rapid development of modern media technologies and the increasing influence of the media space on the professional activity of teachers of higher education institutions. It is substantiated that the effectiveness of an individual's activity in the information society directly depends on the level of his media culture. The meaning of the main concepts in the field of media education is outlined, namely: media awareness, media literacy, media competence, media culture, which are often used in scientific literature as identical or interchangeable.

In the process of research, it was established that media culture is a relatively new concept, which is characterized by far from a single definition. Various aspects of the interpretation of the concept of «personal media culture» in the scientific literature are presented: as a set of competencies, needs, values of the individual; as a certain level of its development; as a structural formation of the personality is necessary; as a component of general culture, etc.

The essence of the concept of «personal media culture» is determined, which is characterized by a set of knowledge regarding the peculiarities of the formation of political and socio-cultural aspects of the modern media space, ethical and legal norms of professional activity in it; skills of effective orientation in the media space, transfer of media cultural values and self-expression using media means.

It was found that the development of media culture of an individual involves the formation of new competencies responsible for creative search, use and creation of media information, successful communication in the media space, creative thinking, etc.

Key words: culture, media, media education, media culture, media culture of personality, information society.