

УДК 37.015.311:004.73/.77

Т. В. ФУРСИКОВА

кандидат педагогічних наук, доцент
Кіровоградський державний педагогічний університет
імені Володимира Винниченка

ФЕНОМЕН МЕДІАКУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ: АНАЛІЗ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ

У статті висвітлено результати аналізу змісту медіакультури на основі вивчення наукових праць із філософії, соціології, культурології, педагогіки, психології. Уточнено зміст понять “медіакультура” та “медіакультура особистості”. З’ясовано, що в літературних джерелах для розкриття сутнісних характеристик медіакультури особистості застосовують такі наукові підходи: аксіологічний (медіакультура як сукупність матеріальних і духовних цінностей та комунікацій); культурологічний (медіакультура як ступінь і спосіб творчої самореалізації особистості в різних видах професійної діяльності в умовах інформатизації суспільства); герменевтичний (медіакультура як система знаків і правил інтерпретації та сприйняття інформації); системний (медіакультура як цілісне системне утворення особистості); синергетичний (медіакультура особистості – складна відкрита нелінійна система, яка здатна до самоорганізації та саморозвитку); особистісно-діяльнісний (медіакультура як специфічний спосіб людської діяльності, як процес творчої самореалізації особистості).

Ключові слова: інформаційне суспільство, особистість, медіакультура, науковий підхід.

У сучасних умовах розбудови інформаційного суспільства особливого значення й актуальності набуває проблема підготовки фахівців, здатних, як зазначено в Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні [15], створювати й накопичувати інформацію та знання, а також мати до них вільний доступ, користуватися й обмінюватися ними, щоб надати можливість кожній людині повною мірою реалізувати свій потенціал, сприяючи суспільному й особистому розвитку та підвищуючи якість життя. Подальшого уточнення й конкретизації ця мета набула в Національній стратегії розвитку освіти в Україні на період до 2021 р. [12], де зазначено, що пріоритетним напрямом є впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, які забезпечують удосконалення навчально-виховного процесу, доступність та ефективність освіти, підготовку молодого покоління до життєдіяльності в інформаційному суспільстві.

Аналізуючи вплив, який справляє сучасний інформаційний простір на людину, О. Барішполець, Л. Найдьонова зазначають, що наш час – це доба кардинальних перетворень і в технології масових комунікацій, і у системі засобів масової інформації. Лінійні потоки інформації змінюються розгалуженими, зростає розмаїтість пропонованих споживачеві видів і жанрів інформаційних повідомлень, медіатекстів. У телекомунікаційних засобах здійснюється зворотний зв’язок між суб’єктами та об’єктами інформаційного процесу. Науково-технічний прогрес породив не лише нові га-

лузі у сфері масових комунікацій, а й спричинив перехід людства до інформаційного суспільства – нової якості, нової фази цивілізації [10, с. 13]

Науковці В. Радул, Я. Галета зазначають, що інформаційне суспільство здатне визначити не лише перспективи інтелектуального вдосконалення людини, а й подальший розвиток знань усього людства. Проте створюване інформаційним суспільством середовище знань стає для деяких її носіїв певною віртуальною реальністю, що нерідко виявляється значимішою, ніж сама дійсність. У зв'язку з цим гостро постає питання про культуру людини в суспільстві інформації [16, с. 210].

Стрімке збільшення потоків інформації, вдосконалення інформаційних технологій і комп'ютерної техніки виявили суперечливі тенденції. З одного боку, необхідною стає більш глибока інформатизація навчально-виховного процесу сучасної школи, з іншого – постають нові вимоги до професійної підготовки майбутніх учителів, які здатні взаємодіяти з інформаційним світом, підвищується значущість медіакультури – особливого типу культури інформаційного суспільства. Тому сучасна школа потребує фахівців-педагогів, здатних на високому професійному рівні здійснювати культуровідповідну якісну освіту в умовах розвитку інформаційного суспільства.

Сучасна наука характеризується зростанням інтересу до теоретичного обґрунтування та практичного формування медіакультури майбутніх фахівців. Питання визначення змісту медіакультури та значення медіакультурної діяльності особистості є предметом наукових досліджень значної низки вітчизняних і зарубіжних учених: О. Баришпольця, О. Бондаренко, В. Возчикова, Н. Зражевської, Н. Кирилової, Л. Найдьоновой, Г. Онкович, О. Федорова, І. Челишевої та ін.

Метою статті є опрацювання наукових джерел і публікацій з філософії, соціології, культурології, педагогіки, психології, аналіз яких дасть змогу окреслити зміст поняття “медіакультура особистості”.

Дослідження феномена медіакультури зумовлює необхідність звернення до поняття “культура” як родової, початкової категорії. Культура – специфічний спосіб організації та розвитку людської життєдіяльності, поданий у продуктах матеріальної та духовної праці, в системі соціальних норм і установок, у духовних цінностях, у сукупності ставлення людей до природи, між собою і до самих себе [17, с. 123].

Узагальнюючи результати власних наукових пошуків, В. Кручек [9] указує, що в усіх явищах культури втілюється певна визнана людиною цінність. У філософії виділено три сфери культури – матеріальна, духовна і художня, але сьогодні здійснюються спроби створити “образ світу”, що підтверджує нероздільність “духовного”, “художнього” та “матеріального”.

Дослідниця дотримується думки, що домінуючими в культурології є два напрями дослідження культури – культура суспільства й культура особистості. У сучасних культурологічних концепціях (технологічній, діяльнісній, ціннісній) виокремлюють такі ознаки культури: критерій розвиненості людського в людині, адаптивна роль людини в соціумі, відображення

позиції в системі норм і цінностей. Очевидно, що культуру необхідно уявляти не просто як досвід життєдіяльності людей на локальному рівні, а як багатомірне явище [9].

В. Возчиков акцентує увагу на філософському змісті медіакультури, справедливо виокремлюючи її як домінуючу культуру інформаційного суспільства, що має способом побутування діяльність традиційних та електронних засобів масової інформації, які відтворюють соціокультурну картину світу за допомогою словесних, звукових і візуальних образів; культуру-універсум, що містить у собі функціональне різноманіття масової, народної, елітарної культур та їхніх модифікацій, онтологічно вкорінена в життєдіяльності людини; культуру-метаповідомлення про світогляд людства на певному етапі його існування [4, с. 359–360]. Медіакультура, на думку науковця, є “закодованою” дійсністю, символічним існуванням реального досвіду у вигляді медіаповідомлень, призначених для сприйняття. Зазначимо, що такий напрям дослідження має свою специфіку, спрямовану на філософський аспект функціонування медіакультури в суспільстві.

Н. Зражевська вивчає медіакультуру в соціокомунікаційному аспекті, розглядає її місце в системі соціальних комунікацій, що дає змогу інтерпретувати насамперед як “комунікаційний феномен, пов’язаний з передаванням культурних артефактів і змістів у соціальному середовищі, формуванням образів і знаків, через які здійснюється ідеологічний, політичний, культурний вплив на аудиторію” [6, с. 126]. У зв’язку із зазначеним стає зрозумілою пріоритетна роль медіаінформації у розвитку культури особистості.

Д. Келлнер дає таке визначення медіакультури: “Медіакультура – це культура образів, звуків і зображень, що передаються через певні технічні засоби: радіо, фільми, телебачення, музика, друковані медіа, такі як журнали, газети, комікси тощо” [19, с. 1–3].

Н. Кирилова досліджує медіакультуру з погляду культурології і визначає її як сукупність інформаційно-комунікативних засобів, сформованих людством у процесі історичного розвитку; сукупність матеріальних (технічних) і духовних цінностей у сфері медіа, історично сформовану систему їх виробництва та функціонування. Медіакультура – це знакова система зі своєю “мовою”, “кодами” передачі реалій дійсності, що виконує поліфункціональну роль у процесі репрезентації. Вона містить у собі як культуру передачі інформації, так і культуру її сприйняття; вона є одночасно й показником рівнів розвитку особистості, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіатекст, займатися медіаторчістю, засвоювати нові знання за допомогою медіа тощо [7, с. 13]. Як бачимо, із культурологічних позицій, медіакультура є показником рівня сформованості медіацінностей і характеристикою особистості, яка володіє культурою сприйняття інформації.

Сукупність інформаційно-комунікаційних, матеріальних і духовних цінностей, характеристика рівня розвитку суспільства й конкретної людини, творча діяльність зі створення, збереження, освоєння та передачі цінностей, медіаінформації – лише деякі визначення медіакультури.

У Концепції впровадження медіаосвіти в Україні поняття медіакультура тлумачиться як сукупність інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, елементів культури комунікації, пошуку, збирання, виробництва й передачі інформації, а також культури її сприймання соціальними групами та соціумом загалом. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі [8].

У психолого-педагогічній літературі нами знайдено різноманітні трактування медіакультури, однак загального визначення цього поняття не існує. Так, Український педагогічний енциклопедичний словник тлумачить медіакультуру як сукупність інформаційно-комунікативних засобів, матеріальних та інтелектуальних цінностей, що вироблені людством у процесі культурно-історичного розвитку [5, с. 275]. Під медіакультурою розуміють уміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи й типи контролю, які вони культивують [11]. Л. Найдьонова, О. Баришполець відокремлюють у змісті медіакультури систему потреб, орієнтацій, знань, умінь, навичок особистості, сформованих і розвинутих у процесі перебування в медіасередовищі з використанням саме засобів мас-медіа заради отримання соціальної інформації. Така система, на думку дослідників, визначає комплекс настанов щодо характеру інформаційного продукту, отримуваного від мас-медіа, а також інших соціальних характеристик особистості, сформованих і розвинутих у процесі соціалізації [10, с. 70–72].

Близьке розуміння медіакультури знаходимо в дослідженні Г. Онкович, яка розглядає її як здатність соціуму ефективно використовувати медіаресурси й застосовувати передові інформаційні технології [14]. Це чітке й небагатослівне визначення, на нашу думку, досить вдало характеризує зміст медіакультури.

Медіакультура – частина загальної культури, пов'язана із засобами комунікації, насамперед, масової комунікації. Цей термін розуміється у двох аспектах. З одного боку, в соціальному плані – культура суспільства – медіакультура суспільства. У цьому значенні розуміють соціокультурні явища, пов'язані з медіа (світ книг, світ телебачення, світ газет і журналів, світ радіо, світ інтернет-ресурсів). З іншого боку, в особистісному аспекті культура людини – медіакультура людини, коли сприймається творче самовираження через комунікаційні засоби, які зрештою забезпечують повноцінне залучення людини до суспільства [18].

Узагальнюючи вищезазначене, можна стверджувати, що однозначної думки стосовно визначення поняття “медіакультура” нині не існує. Більшість авторів наукових праць, публікацій з питань формування й розвитку культури інформаційного простору схиляється до позиції, згідно з якою

основу медіакультури повинні становити система (сукупність) матеріальних та інтелектуальних цінностей у сфері медіа, рівень розвитку особистості, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіатекст, захоплюватися медіаторчістю, засвоювати нові знання через медіазасоби.

Для узагальнення розмаїття наукових поглядів на зміст медіакультури схарактеризуємо наукові підходи, що задають свій вектор дослідження в його трактуванні.

Культурологічний підхід здійснюється в контексті загальнофілософського розуміння культури, що трактується на рівні буденної свідомості, в якій культуру подано неоднозначно: з одного боку, вона розуміється як щось нормативне, задане як зразок, на який повинні рівнятися представники суспільства або професійної групи; з другого – культура ототожнюється з утвореною інтелігентністю людини; з третього – пов'язується з характеристикою її місця в способі життя людини. Осмислення життєвого розуміння культури дає змогу виділити два важливі для подальшого аналізу досліджуваної проблеми положення: культура розглядається як механізм, що регламентує та регулює поведінку й діяльність людини, а сама людина – як носій цієї культури.

Герменевтичний підхід ми розглядаємо як вихідну аксіоматичну ідею про необхідність дослідження явищ соціальної дійсності крізь призму загальних закономірностей розуміння та інтерпретації медіаінформації, мовних знаків, якими ці явища позначаються, відбір досліджуваних фактів та інтерпретація результатів дослідження. З позиції зазначеного підходу медіакультура розуміється нами як система кодів, знаків: (ними вважаються звуки мови, букви, цифри, слова й числа, символи, зображення тощо), певної кількості текстів (сислової інформації), що виражається, кодується у знаках і символах. У процесі свого розвитку людство примножує та збагачує цю систему, що містить програми людської поведінки, втілює духовний досвід минулих поколінь. Така система, на наш погляд, уможлиблює накопичувати, зберігати, передавати, сприймати та інтерпретувати інформацію.

Системний підхід у словникових джерелах тлумачиться як один із спеціальних напрямів наукового дослідження, спрямований на розкриття цілісності досліджуваних об'єктів, виявлення в них різноманітних типів зв'язків та зведення їх у єдину теоретичну картину, тобто систему [17, с. 234–235]. Сукупність елементів є субстратом системи, системоутворювальні відносини між елементами становлять структуру системи. Ефективність системного підходу залежить від характеру застосовуваних загальносистемних закономірностей, що встановлюють взаємозв'язок системних параметрів.

У межах системного підходу медіакультуру розглянуто як систему. Будь-яку систему можна розглядати як елемент системи вищого порядку (так, у філософсько-культурологічних дослідженнях культуру розглядають як елемент буття), водночас її елементи можуть виступати як системи нижчого порядку. Культура як надскладна система утворюється взаємоперетворенням трьох конкретних форм її реального існування, трьох модально-

стей: людської, у якій культура є сукупністю набутих людиною і людством позабіологічних якостей; діяльнісної, що утворюється сукупністю вироблених громадою способів діяльності; предметної, яка охоплює всю “другу природу”, створену й таку, що твориться тепер людиною. Сюди належать речі, соціальні інститути, твори різної спрямованості та змісту, педагогічні акти та ігри. Оскільки в культурних предметах людина “опредмечує” свої сутнісні сили – потреби, бажання, ідеали, думки й переживання – вони можуть бути виділені з цих предметів та засвоєні кожним новим поколінням і окремим індивідом в актах “розпредмечування” закованої в цих предметах культурної інформації (знання, цінності, ідеали, уміння, технології тощо) [3, с. 7–8].

Синергетика у філософському розумінні трактується як “сучасна теорія самоорганізації, нове світобачення, пов’язане з дослідженням явищ самоорганізації, нелінійності (багатоваріантності, ритмічності, хвильового характеру функціонування процесів, можливості прискореного, бурхливого розвитку), нерівноважності, глобальної еволюції, вивченням процесів становлення “порядку через хаос”, біфуркаційних змін, незворотності часу, нестійкості як засновничої характеристики процесів еволюції” [13, с. 618]. Найважливішим здобутком синергетики є виявлення загальних закономірностей самоорганізації в розвитку всіх явищ буття, а також загальної тенденції до прогресу цієї самоорганізації. Отже, у межах синергетичного підходу процесам зміни культури, зміни ціннісних домінант і становлення медіакультури з новими ціннісними орієнтаціями завжди буде передувати пошук нових цінностей, способів взаємодії із зовнішнім середовищем.

Відповідно до аксіологічного підходу культура визначається як система цінностей, створених людством у процесі свого розвитку, фундаментальна структура суспільної свідомості, що концентрує всі результати духовної діяльності суспільства, система життєвих орієнтацій.

Аналіз наукових праць дає змогу зробити висновок про те, що зміст аксіологічного підходу розкривається через систему провідних аксіологічних принципів: рівноправність філософських поглядів у межах єдиної гуманістичної системи цінностей при збереженні різноманіття їх культурних і етнічних особливостей; рівнозначність традицій та інновацій, визнання необхідності творчого використання досягнень минулого й зорієнтованості на духовні відкриття у сьогоденні та майбутньому; організація конструктивного діалогу між традиціоналістами й новаторами, що дає змогу забезпечити їх взаємозбагачення в культурному аспекті.

Отже, аксіологічний підхід ми розглядаємо як своєрідну філософсько-педагогічну стратегію, що ґрунтується на ідеї пріоритету загальнолюдських цінностей і самоцінності кожної особистості та визначає перспективи подальшого її розвитку. Зміст аксіологічного підходу до вивчення медіакультури особистості полягає у вивченні системи загальнолюдських цінностей, які визначають її ставлення до світу, власної діяльності, самої себе.

Особистісно-діяльнісний підхід передбачає вивчення медіакультури на засадах усебічного врахування індивідуальних потреб особистості й можливостей, глибокої поваги до неї, ставлення як до свідомого й відповідального суб'єкта інформаційного суспільства.

І. Бех визначає особистість насамперед з позиції цінностей як ціннісну систему, як складовий регулятор людської життєдіяльності, який відображає у своїй структурній організації і змісті особливості об'єктивної дійсності, що охоплює і зовнішній для людини світ, і власне людину в усіх її об'єктивних характеристиках [1]. Привертає увагу наукова позиція, за якою особистість осмислюється як цілісність у контексті конкретно-історичних обставин, що задані природою і певною соціальною системою і залежать від того образу людини, який існує в науці, суспільстві в конкретний період [1].

До того ж особистість обґрунтовується як найвища цінність, самоціль суспільства, причини і критерії всіх соціально-економічних перетворень, є суб'єктом пізнання, метою виховання. Отже, за А. Бойко, цілісна особистість виникає не із зовнішньої, а із внутрішньої доцільності шляхом перетворення культури, що освоюється, на живу індивідуальну творчу діяльність. Цілісна особистість – не механічна сума субособистостей, а суб'єкт власної життєдіяльності, що включає всю повноту змісту індивідуального життя в реальному культурно-діялісному контексті. Особистість – це завжди одночасно і реальне, і потенційне. Способом існування особистості є виховання і самовиховання, особистісне зростання. Таким чином, йдеться про відкрити, об'єктивно й закономірно взаємодіючу систему: людина – її самоактивність – соціальне середовище [2].

Висновки. Результати проведеного контент-аналізу існуючих досліджень свідчать про різні підходи науковців до трактування поняття “медіакультура”, які відрізняються тим, що саме вкладається в його зміст: діяльність в інформаційному просторі, знання про цінності або внесок окремих особистостей. Ознайомлення з науковим доробком вітчизняних і зарубіжних дослідників з проблеми формування і розвитку медіакультури в різних її аспектах дало змогу стверджувати, що на сучасному етапі розвитку науки визначилися такі основні підходи до вивчення цього феномена:

– *культурологічний підхід* дає підстави розглядати медіакультуру особистості як ступінь і спосіб її творчої самореалізації в різних видах професійної діяльності в умовах інформатизації суспільства. Сенсоутворювальним ядром медіакультури особистості постає загальна культура, діяльність і ціннісні орієнтації особистості;

– *герменевтичний підхід* сприяє розумінню та осягненню смислу і значення знаків; вивченню теорії та загальних правил інтерпретації та сприйняття медіаінформації;

– *системний підхід* дає змогу досліджувати медіакультуру особистості як цілісне системне утворення, що має певну будову й особливості функціонування. Структура медіакультури характеризує її своєрідність: ком-

поненти медіакультури особистості виступають як самостійні, проте не ізольовані складники, які взаємопов'язані та взаємодіють між собою;

– *синергетичний підхід* дає змогу розглядати медіакультуру особистості як складну відкриту нелінійну систему, здатну до самоорганізації та саморозвитку; дослідити особливості її виникнення та перспективи розвитку як особистісного утворення;

– *аксіологічний підхід* характеризує медіакультуру як сукупність матеріальних і духовних цінностей та комунікацій;

– *особистісно-діяльнісний підхід* розглядає медіакультуру як специфічний спосіб людської діяльності, як процес творчої самореалізації особистості, передбачає не лише привласнення здобутків медіакультури суспільства, а й культуровідтворення та культуротворення.

Список використаної літератури

1. Бех І. Д. Виховання особистості : у 2 кн. / І. Д. Бех. – Київ : Либідь, 2003. – Кн. 1: Особистісно орієнтований підхід: теоретико-технологічні засади. – 280 с.
2. Бойко А. М. Оновлена парадигма виховання: шляхи реалізації / А. М. Бойко. – Київ : ІЗМН, 1996. – 232 с.
3. Введение в культурологию : курс лекций / [под ред. Ю. Н. Солонина, Е. Г. Соколова]. – Санкт-Петербург, 2003. – 167 с.
4. Возчиков В. А. Философия образования и медиакультура информационного общества : дис. ... д-ра филос. : 09.00.11 / Вячеслав Анатольевич Возчиков. – Санкт-Петербург, 2007. – 413 с.
5. Гончаренко С. У. Український педагогічний енциклопедичний словник / С. У. Гончаренко. – 2-е вид., доп. і випр. – Рівне : Волинські обереги, 2011. – 552 с.
6. Зражевська Н. І. Феномен медіакультури у сфері соціальних комунікацій : дис. ... д-ра соц. ком. : 27.00.01 / Ніна Іванівна Зражевська. – Київ, 2012. – 427 с.
7. Кириллова Н. Б. Медиакультура как интегратор среды социальной модернизации : дис. ... д-ра культурологии : 24.00.01 / Наталья Борисовна Кириллова. – Москва, 2005. – 354 с.
8. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini/.
9. Кручек В. А. Формування культури педагогічної взаємодії : монографія / В. А. Кручек. – Київ : НАККіМ, 2012. – 408 с.
10. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навч. посіб. / О. Т. Баришполець, Л. А. Найдюнова, Г. В. Мироненко, О. Є. Голубева та ін.; за ред. Л. А. Найдюнової, О. Т. Баришпольця. – Київ : Міленіум, 2010. – 440 с.
11. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волощенко ; за наук. ред. В. В. Різуна. – Київ : Центр вільної преси, 2012. – 352 с.
12. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на 2012–2021 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mon.gov.ua/images/files/news/12/05/4455.pdf>.
13. Новая философская энциклопедия : в 4 т. / Ин-т философии РАН ; Нац. общ.-науч. фонд ; Научно-ред. совет : предс. В. С. Степин. – Москва : Мысль, 2001. – Т. III. – 646 с.
14. Онкович Г. В. Медіаосвіта як інтелектуально-комунікативна мережа [Електронний ресурс] / Г. В. Онкович. – Режим доступу: http://edu.of.ru/mediaeducation/default.asp?ob_no=30060.
15. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні [Електронний ресурс] // Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.05.2013 р. № 386-р. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80/page>.

16. Радул В. В. Соціалізація особистості : навч. посіб. / В. В. Радул, Я. В. Галета. – Кіровоград : ФО-П Александрова М. В., 2013. – 236 с.
17. Соціолого-педагогічний словник / за ред. В. В. Радула. – Київ : ЕксОб, 2004. – 304 с.
18. Формування інформаційної культури учнів загальноосвітніх навчальних закладів : науково-методичні рекомендації / АНП України, ДНПБ ім. В. О. Сухомлинського ; упоряд. А. І. Рубан. – Київ, 2005. – 64 с.
19. Kellner D. Media Culture: Cultural studies, identity and politics between the modern and postmodern / D. Kellner. – London ; New York, 2000. – 357 p.

Стаття надійшла до редакції 05.02.2016.

Фурсикова Т. В. Феномен медиакультуры личности: анализ научных подходов

В статье отражены результаты анализа содержания медиакультуры на основе изучения научных работ по философии, социологии, культурологии, педагогики, психологии. Уточнено содержание понятий “медиакультура” и “медиакультура личности”. Установлено, что для раскрытия существенных характеристик медиакультуры личности в литературных источниках применяют такие научные подходы: аксиологический (медиакультура как совокупность материальных и духовных ценностей и коммуникаций); культурологический (медиакультура как степень и способ творческой самореализации личности в различных видах профессиональной деятельности в условиях информатизации общества); герменевтический (медиакультура как система знаков, правил интерпретации и восприятия медиаинформации); системный (медиакультура как целостное системное образование личности); синергетический (медиакультура личности – сложная открытая нелинейная система, способная к самоорганизации и саморазвитию); личностно-деятельностный (медиакультура как специфический способ человеческой деятельности, как процесс творческой самореализации личности).

Ключевые слова: информационное общество, личность, медиакультура, научный подход.

Fursykova T. The Phenomenon of the Person Media Culture: Analysis of Scientific Approaches

The article deals with the results of analysis of the content of media culture based on the study of scientific works on philosophy, sociology, cultural studies, pedagogy, psychology. The concepts of “media culture” and “media culture of personality” have been clarified. It was established that in the literature for the disclosure of the essential characteristics of the individual media culture different scientific approaches are used: axiological (media culture as the totality of material and spiritual values, and communication); cultural (media culture as the degree and the way of creative self-realization in a variety of occupations in terms of informatization of society; hermeneutic (media culture as a system of signs and rules of interpretation and perception of media information), the system approach (media culture as an integral system formation of a person); synergistic (media culture of a personality is a complex open non-linear system, which is capable of self-organization and self-development), personality-activity (media culture as the specific way of human activity and a creative self-realization process).

So the axiological approaches we see as a kind of philosophical and pedagogical strategies based on the idea of the priority of human values and self-worth of each individual and determine the prospects of its further development. Content axiological approach to the study of media culture of the individual is the study of human values that define its relationship to the world, his own activity itself.

Key words: information society, personality, media culture, scientific approach.