УДК 378:159.9:316.77

ЗДОБУВАЧІ ВИЩОЇ ОСВІТИ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ: ЕМПІРИЧНИЙ КОНТЕКСТ

Залюбівська О. Б.,
кандидат педагогічних наук, доцент кафедри ФГН
Вінницький національний технічний університет
м. Вінниця, Україна
o.zaliubivska@vntu.edu.ua
моб. тел. 0671428531

Анотація. У статті розглянуто когнітивні, емоційні, соціальні та комунікативними особливості взаємодії здобувачів вищої освіти з цифровим середовищем та в ньому крізь призму результатів сучасних вітчизняних і зарубіжних емпіричних досліджень. Показано, що висока інтенсивність користування цифровими медіа та активна участь у цифровій комунікації не забезпечують автоматичного розвитку медіаграмотності, критичного мислення, емоційної саморегуляції, рефлексивного ставлення до власної медіаповедінки. Узагальнення емпіричних досліджень дають підстави розглядати студентську молодь як специфічну соціально-психологічну групу, для якої цифрова активність поєднується з процесами самовизначення, конструювання ідентичності та активного осмислення соціальної реальності. Обґрунтовано доцільність врахування виявлених особливостей під час визначення змісту навчальних програм, спрямованих на розвиток медіакомпетентності здобувачів вищої освіти.

Ключові слова: здобувачі вищої освіти; медіаграмотність, медіакомпетентність, цифрове середовище; соціально-психологічні особливості цифрової взаємодії.

Abstract. The article examines the cognitive, emotional, social, and communicative aspects of higher education students' interaction with the digital environment through the lens of findings from recent Ukrainian and international empirical studies. The findings demonstrate that intensive use of digital media and active participation in digital communication do not automatically ensure the development of media literacy, critical thinking, emotional self-regulation, or a reflective attitude toward one's own media behavior. The synthesis of empirical studies provides grounds for viewing students as a specific socio-psychological group whose digital activity is intertwined with processes of self-determination, identity construction, and active interpretation of social reality. The relevance of taking these characteristics into account when determining the content of educational programs aimed at developing media competence among higher education students is substantiated.

Keywords: higher education students; media literacy; media competence; digital environment; socio-psychological aspects of digital interaction.

Медіаграмотність і медіакомпетентність належать до актуальних освітніх орієнтирів XXI століття, що зумовлено зростанням ролі цифрових медіа в навчанні, професійній діяльності та соціальній взаємодії. Водночас розроблення навчальних дисциплін, спрямованих на розвиток медіакомпетентності, потребує врахування реальних особливостей медіаповедінки молоді, характеру її цифрової активності у когнітивних, емоційних, комунікативних проявах. У цьому контексті результати сучасних емпіричних досліджень дають змогу конкретизувати особливості взаємодії здобувачів вищої освіти з цифровим середовищем та визначити аспекти, що потребують цілеспрямованої уваги. Узагальнення емпіричних даних є важливим підґрунтям для розробки змісту програм розвитку медіакомпетентності студентської молоді, як у формальному освітньому процесі (наприклад, навчальні дисципліни вільного вибору), так і в неформальній освіті (позанавчальні просвітницькі заходи, тренінги тощо).

Психологічні особливості студентського віку безпосередньо проявляються у взаємодії сучасної молоді з медіапростором. Здобувачі освіти є не лише споживачами інформації, а й активними учасниками цифрової комунікації, оскільки значна частина їхньої соціальної взаємодії, навчальної діяльності, дозвілля реалізується в медіасередовищі. Погоджуємося з іншими дослідниками в тому, що в інформаційному просторі активно відбувається конструювання моделей світу, конструювання соціального досвіду, соціалізація, персоналізація (віртуалізація) та самопрезентація особистості [1; 2; 3]. Тут «дублюються майже всі соціально-психологічні процеси, притаманні сучасному суспільству» [1, С. 179]. В. Кириченко, на основі результатів емпіричного дослідження робить висновок, що сьогодні «картина світу є відображенням як індивідуального перцептивного досвіду людини, так і досвіду інших, який транслюється у соціальних мережах і певним чином відображається у масовій свідомості», тобто «ставлення або уявлення про більшість об'єктів соціального пізнання є результатом обробки інформаційного контенту, який не опирається на факти нашого індивідуального сприйняття » [1, С. 182]. А враховуючи з одного боку прагнення молодих людей до активного осмислення соціальної реальності, пошуку власної позиції, а з іншого – постійне перебування в умовах багатоканальної взаємодії, швидкого перемикання між інформаційними потоками та орієнтацією на короткі формати повідомлень, що формує фрагментарний характер сприйняття інформації та знижує тривалість уваги, – особливо важливим виявляється усвідомлення того, що індивідуальні погляди та оцінки все більше формуються під впливом алгоритмізованих стрічок, інформаційних бульбашок, повторюваних комунікативних патернів. У цьому контексті медіакомпетентність набуває значення психологічного механізму критичної дистанції щодо цифрового середовища.

О. Синовець також на основі емпіричного дослідження підкреслює, що розвиток соцмереж з його новими формами комунікації (chatting, posting, sharing, blogging) трансформував способи конструювання ідентичності в цифровому середовищі. Авторка зазначає, що соцмережі перетворюються на простір «щоденних плебісцитів» оцінок, реакцій соціального схвалення [3, С. 26]. У цьому контексті соціальна ідентичність дедалі більше залежить від того, як людина сприймається іншими користувачами цифрового середовища. Для здобувачів освіти така ситуація є особливо значущою з огляду на їх активне самовизначення, пошук власної ідентичності та формування «Я»-образу.

Т. Заболоцький услід за іншими авторами вказує, що онлайн-поведінка молоді характеризується: «чималими обсягами листування, безперервною участю в різноманітних чатах, багаторазовою реєстрацією на сайтах знайомств, постійним відвідуванням веб-форумів та невпинним користуванням соціальними мережами, де наявна надмірна кількість знайомих, друзів та груп, тощо [2, С. 25]. За таких умов актуальності набуває розвиток комунікативної усвідомленості, здатності до рефлексії власної медіаповедінки та формування адекватної самооцінки власної комунікативної компетентності.

Результати аналізу зарубіжних наукових джерел свідчать про загальні тенденції у взаємодії молоді з цифровим середовищем у світі. Так, у статті [4] подані такі результати опитування студентів колумбійських університетів: емоційний компонент життєвих навичок (Life Skills) є найменш розвиненим у порівнянні з когнітивним і соціальним, що вказує на труднощі самоконтролю та управляння емоційними станами в цифрово-насиченому середовищі; вплив соцмереж залежить не від часу споживання (screen time), а від типу поведінки: пасивне споживання контенту послаблює емоційну регуляцію, інструментальне використання (instrumental use) та цілеспрямована активність (goal-directed use) позитивно пов’язані з розвитком критичного мислення та ухваленням рішень; участь в онлайн-форумах підвищує асертивну комунікацію, але водночас знижує рівень емпатії. Дослідники роблять висновок, що у фокусі медіакомпетентності має бути розвиток метакогнітивних навичок, емоційної саморегуляції, критичного цифрового мислення. Автори [5], на основі емпіричного дослідження, у якому взяли участь 549 студентів-бакалаврів одного з університетів Туреччини, показують, що використання соцмереж переважно використовують з комунікаційними та соціальними цілями (спілкування в чатах, підтримка контактів, обмін інформацією, коментування контенту). C. Tilleul, за результатами емпіричного дослідження, у якому брала участь бельгійська молодь (350 респондентів), вказує на відсутність зв’язку між частотою практик споживання (reception practices), переглядом своєї стрічки новин, читанням постів, поглибленим пошуком (in-depth research) та розвитком компетентностей медіаграмотності, але виявляють інший зв’язок: чим різноманітнішою є ця медіапрактика, тим кращими є компетентності медіаграмотності. «І навпаки, і як не дивно, чим частіше вони створюють

медіаконтент і чим більше вони диверсифікують ці практики продукування (production practices, створення та поширення постів), тим менш медіаграмотними вони здаються» [6]. Дослідження не пояснює причин виявлених зв'язків, однак, вважаємо, результати можуть бути інтерпретовані як такі, що вказують на різницю між критичним споживанням інформації та переважно соціально-орієнтованими практиками взаємодії (самопрезентація, отримання соціального схвалення, швидка реакція на контент).

Наш педагогічний досвід підтверджує, що постійна залученість студентів у цифрову взаємодію не тотожна високому рівню їх комунікативної компетентності і не є повноцінною умовою її розвитку, оскільки інтенсивність онлайн-комунікації може поєднуватися з поверховістю сприйняття інформації, труднощами емпатійного розуміння співрозмовника, імпульсивністю реакцій, недостатньою критичністю щодо власних комунікативних практик. Відсутність безпосереднього контакту, відтак обмеженість невербальних проявів, скорочення емоційних маркерів, переважання текстових форматів підвищують ризик комунікативних непорозумінь і конфліктів, що актуалізує розвиток МК. Результати емпіричного дослідження, учасниками якого стали здобувачі Вінницького національного технічного університету, будуть описані в наступних наукових публікаціях.

Водночас саме студентський вік характеризується високим потенціалом до розвитку критичного мислення, рефлексії, саморегуляції та усвідомленої комунікативної взаємодії, що дозволяє розглядати здобувачів вищої освіти не лише як вразливу до інформаційних впливів групу, а аудиторію з високим потенціалом розвитку МК за відповідних психолого-педагогічних умов.

Таким чином, здобувачі вищої освіти є специфічною соціально-психологічною групою, для якої характерні одночасно висока включеність у медіапростір, активне особистісне й професійне самовизначення, розвиток суб'єктності та підвищена чутливість до інформаційних і комунікативних впливів. Це зумовлює необхідність цілеспрямованого розвитку медіакомпетентності як важливого чинника особистісної зрілості, критичного мислення, відповідальної комунікативної поведінки у сучасному цифровому середовищі.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Кириченко В. Конструювання картини світу у соціальних мережах. Науковий вісник ХДУ. Серія Психологічні науки. 2018. № 5. С. 177–182. URL: https://pj.journal.kspu.edu/index.php/pj/article/view/88?utm_source (дата звернення: 04.08.2026).

2. Заболоцький Т. Кіберпростір як інструмент соціального впливу на сучасну молодь. Humanitas. 2021. Вип. 1. С. 22–27. DOI: https://doi.org/10.32782/humanitas/2021.1.4 (дата звернення: 04.08.2026).

3. Synowiec A. Identity Construction, Self-Presentation and Impression Management on

Facebook: Sociological Aspects. Соціальні комунікації: теорія і практика. №11(2), 2020. С.25–33. DOI: 10.51423/2524-0471-2020-11-2-2 (дата звернення: 26.06.2026).

4. Guerrero-Gutiérrez N., Rojas-Cadena S. J., Ibáñez-Casadiegos E. et al. Behaviour on social media and their associations with cognitive, social and emotional skills in university students. *BMC Psychology*. 2026. Vol. 14. Article 622. DOI: https://doi.org/10.1186/s40359-026-04109-0. (дата звернення: 04.08.2026).

5. Meşe C., Gökçe S. A. The use of social networks among university students Educational Research and Reviews. 2019. 14(6). P. 190–199. DOI:10.5897/ERR2018.3654 (дата звернення: 04.08.2026).

6. Tilleul C. Young adults' social network practices and the development of their media literacy competences: a quantitative study // Information, Communication & Society. 2023. Volume 26, Issue 10. P. 2107–2125. DOI: 10.1080/1369118X.2022.2072751 (дата звернення: 04.08.2026).

Анотацію англійською мовою створено за допомогою програми ChatGPT.