DOI: https://doi.org/10.15276/ict.02.2025.62
УДК 37.018.43:004.9:159.9

Чинники довіри до цифрової інформації серед здобувачів закладів вищої освіти в освітньому просторі

Нікон Наталія Олександрівна[1)]
Канд. соціологічних наук, доцент каф. Психології та соціальної роботи
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-0827-0895; Nikonnataliy@ukr.net
Тодорцева Юлія Вікторівна[1)]
Канд. педагогічних наук, доцент каф. Психології та соціальної роботи
ORCID: https://orcid.org/0000-002-4708-581X; Utodorceva@gmail.com
[1)] Національний університет «Одеська політехніка», пр. Шевченка, 1. Одеса, 65044, Україна

АНОТАЦІЯ

У статті представлено результати дослідження чинників довіри до цифрової інформації серед здобувачів закладів вищої освіти в контексті сучасного інформаційного суспільства. Зростання обсягів цифрового контенту, поширення штучного інтелекту та соціальних мереж посилюють проблему інформаційної безпеки, формують нові виклики для критичного мислення та потребують переосмислення освітніх підходів. Умови надлишку даних, швидкого поширення контенту та високої динаміки цифрового середовища формують нові звички споживання цифрової інформації, де на перший план виходить проблема розмежування достовірних і маніпулятивних повідомлень. Встановлено, що провідними маркерами достовірності для студентської молоді є технічні та формальні чинники: наявність джерел/посилань, авторитет автора та звернення до офіційних ресурсів. Саме ці ознаки розглядаються респондентами як найбільш переконливі докази правдивості інформації. Водночас виявлено значну роль емоційних та соціальних чинників: емоційне забарвлення повідомлень і показники популярності (кількість переглядів, лайків, репостів) часто впливають на оцінку достовірності навіть за відсутності перевірених джерел. Це свідчить про амбівалентність інформаційної поведінки здобувачів: поєднання високого рівня теоретичної медіаграмотності з практичною схильністю до спрощених механізмів прийняття рішень. Аналіз за формами навчання показав, що здобувачі денної форми частіше орієнтуються на раціональні критерії перевірки та приділяють більше уваги технічним аспектам (домен, наявність HTTPS, посилання на офіційні ресурси). Натомість здобувачі заочної форми у більшій мірі схильні довіряти емоційним і соціальним сигналам. Серед обох груп ключовими бар'єрами системного фактчекінгу є нестача часу, інформаційне перевантаження та когнітивна втома, а не відсутність знань чи навичок. Отримані результати дозволяють сформувати узагальнений портрет сучасного молодого споживача цифрової інформації: «обізнаний, але втомлений» користувач, який добре розуміє принципи критичного мислення, проте не завжди застосовує їх у повсякденній практиці. Це підкреслює важливість інтеграції освітніх стратегій і цифрових інструментів, які б не лише підвищували медіаграмотність, але й допомагали долати вплив емоційних та соціальних чинників у процесі оцінки інформації. Результати подальших досліджень можуть сприяти розробці цілісних програм формування критичного мислення, орієнтованих на реальні практики здобувачів закладів вищої освіти, що підвищить їхню стійкість до інформаційних маніпуляцій у цифровому середовищі.

Ключові слова: інформаційне суспільство; довіра; звички споживання цифрової інформації; здобувачі вищої освіти; критичне мислення; емоційні чинники; соціальні чинники; технічні чинники; освітній простір

Актуальність. Сучасне інформаційне суспільство характеризується стрімкою цифровізацією всіх сфер життя, зокрема освіти та науки. Цифрові джерела є основним каналом отримання знань, соціальної комунікації та простором соціалізації особливо для здобувачів вищої освіти. Разом із тим, зростання інформаційних потоків супроводжується поширенням недостовірних даних, фейків, маніпулятивних матеріалів, що суттєво ускладнює процес орієнтації в цифровому середовищі. Це створює проблему формування довіри до цифрової інформації, адже від здатності розрізняти достовірні та недостовірні повідомлення залежить ефективність освітнього процесу, рівень академічної доброчесності та розвиток критичного мислення молоді. Особливої значущості дана проблема набуває для здобувачів закладів вищої освіти (ЗВО), які одночасно є активними споживачами цифрового контенту й суб'єктами навчальної діяльності. Довіра або недовіра до інформації визначає їхнє ставлення до навчальних матеріалів, наукових джерел, освітніх платформ і соціальних медіа, які дедалі частіше інтегруються в освітній процес. У цьому контексті дослідження чинників, що впливають на формування довіри, потребує комплексного підходу, оскільки довіра до цифрової інформації формується під впливом не лише когнітивних чинників (рівень критичного мислення, навички аналізу), а й емоційних (страх, гнів, захоплення), соціальних (схвалення у вигляді лайків, репостів, коментарів) та технічних (наявність

This is an open access article under the CC BY license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.uk)

верифікаційних позначок, сертифікатів, надійність джерела). Крім того, вагомим є вплив форми навчання (очна, дистанційна чи змішана), адже саме цифрове середовище задає рамки взаємодії здобувачів з інформацією.

Таким чином, вивчення механізмів формування довіри до цифрової інформації серед здобувачів ЗВО має як теоретичне, так і практичне значення. Воно дозволяє не лише зрозуміти закономірності взаємодії молоді з цифровим контентом, а й розробити рекомендації для підвищення інформаційної культури здобувачів, удосконалення освітніх стратегій та формування критично мислячого, відповідального користувача цифрового простору.

Аналіз наукових досліджень та публікацій свідчить, що в суспільстві проблема довіри до цифрової інформації розглядається як зарубіжними так і вітчизняними дослідниками. Серед зарубіжних дослідників відзначимо таких як К. Келтон, К. Флейшман, В. Воллес, вони розробили модель довіри до цифрової інформації, яка інтегрує дослідження з поведінкових та соціальних наук, якості інформації та взаємодії людина-комп'ютер. Вони підкреслюють, що довіра є ключовою змінною між якістю інформації та її використанням, з важливими наслідками як для виробників, так і для споживачів цифрової інформації [3].

Серед великої кількості вітчизняних дослідників, окремої уваги заслуговують роботи О.В. Тріщук, О.С. Гриценко, які в свої дослідженнях аналізували довіру українців до інтернет-медіа, зокрема соціальних мереж, новинних сайтів та аналітичних матеріалів та наголошують, що довіра до інтернет-джерел формується на основі: попереднього досвіду користувача, репутації ресурсу, прозорості джерела відсутності маніпуляцій [2]. Т.І. Коробейнікова, І.М. Журавель, А.О. Бодак, Д.В. Бороденко аналізують зміну рівня довіри українців до різних цифрових джерел інформації в умовах кризи. На їх думку, на довіру суттєво впливали такі чинники, як швидкість отримання інформації, доступність ресурсів у будь-який час, можливість паралельного аналізу кількох джерел [1].

Аналіз літератури свідчить про значну увагу дослідників до питань довіри до різних цифрових джерел інформації. Однак, попри значні досягнення, існує потреба у подальших дослідженнях, спрямованих на комплексне вивчення когнітивних, емоційних, соціальних та технічних чинників формування довіри до цифрового контенту, зокрема у студентської молоді. Подальші дослідження у цьому напрямі дадуть змогу розробити ефективні стратегії підвищення інформаційної культури, формування навичок критичного оцінювання даних та зміцнення академічної доброчесності в освітньому просторі.

Отже, **мета даного дослідження** полягає в аналізі когнітивних, емоційних, соціальних та технічних чинників довіри до цифрової інформації серед здобувачів ЗВО в освітньому просторі.

Методологія та методи дослідження. У дослідженні застосовано кількісний метод онлайн-анкетування. Вибірка складалася з 106 здобувачів Національного університету «Одеська політехніка», відібраних за принципом цілеспрямованого відбору. Обсяг вибірки забезпечував репрезентативність основних характеристик генеральної сукупності здобувачів університету. Зібрані дані оброблялися за допомогою статистичного пакету IBM SPSS Statistics, що дозволило провести подальший кількісний аналіз.

Виклад основного матеріалу. У дослідженні взяли участь 106 осіб (100 %), серед яких здобувачі першого (бакалаврського) рівня освіти становили 76,3 % (перший курс – 22,6 %, другий – 17,9 %, третій – 22,6 %, четвертий – 13,2 %), а здобувачі другого (магістерського) рівня – 23,7 %. За формою навчання респонденти розподілялися наступним чином: денна – 57,5 %, заочна – 42,5 %. Гендерний склад вибірки: чоловіки – 51,9 %, жінки – 48,1 %. Отже, досліджувана група представляє молодь, технічно обізнану, яка активно користується цифровими ресурсами, яка формує свої інформаційні звички в умовах повномасштабної війни та інформаційної перенасиченості. Цей контекст створює унікальні умови для вивчення механізмів формування довіри до цифрової інформації серед здобувачів вищої освіти.

Отримані дані демонструють цікавий парадокс, коли здобувачі обізнані і знають як перевіряти інформацію, але не завжди застосовують ці знання на практиці, що і свідчить про прояв роботи когнітивних чинників (рівень критичного мислення). Респонденти визнають важливість маркерів достовірності, що вимагають критичної оцінки (рис. 1).



Рис. 1. **Маркери достовірності цифрової інформації (%)**

Представлені дані свідчить про теоретичне розуміння принципів медіагігієни серед респондентів. Водночас, лише 35,8 % респондентів завжди перевіряють дату публікації матеріалу, а 42,5 % – завжди звертають увагу на адресу сайту. Надалі виник інтерес з'ясувати, чому це відбувається, і для цього було поставлене питання: «Що найчастіше заважає вам перевірити інформацію?». Відповіді на нього чітко вказують на причини цього розриву. Головними перешкодами є не відсутність знань, коли здобувачі просто не знаю, як це зробити (21,7 %), а когнітивне та ресурсне виснаження, такі як нестача часу (22,6 %), лінь і байдужість (26,4 %). Ці показники підтверджують, що більшість респондентів відчуває інформаційне перевантаження (рис. 2).

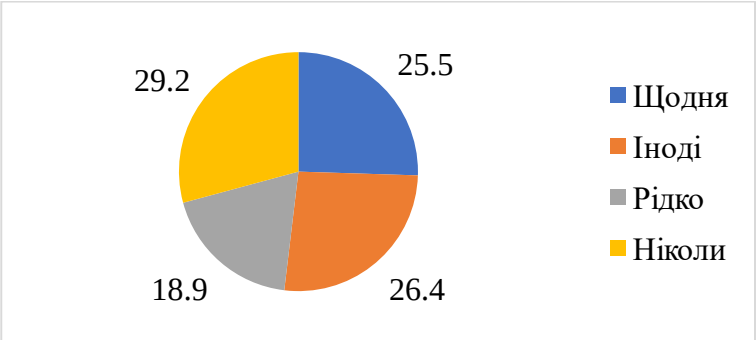


Рис. 2. **Частота відчуття інформаційного перевантаження від великого потоку новин (%)**

Отже, рівень критичного мислення у респондентів високий на теоретичному рівні, проте на практиці його застосування обмежується когнітивними бар'єрами. Формування довіри до інформації здебільшого відбувається не через детальний аналіз, а через використання простих евристик або «швидких правил», оскільки для повноцінної перевірки бракує ментальних ресурсів.

Аналіз впливу емоційних чинників на довіру до цифрової інформації показав, що 30,2 % респондентів визначили емоційні повідомлення як маркер достовірності. Це свідчить про те, що майже третина опитаних (усвідомлено чи ні) схильна сприймати емоційно забарвлений контент як більш правдивий або принаймні вартий уваги, оскільки подібні повідомлення здаються «щирими» та «людськими».

Щодо поширення неправдивої інформації, 43 % респондентів зізналися у поширенні фейків: серед них 23,6 % робили це неодноразово, не усвідомлюючи недостовірності інформації, а 17 % поширювали її хоча б один раз. У більшості випадків це було пов'язано саме з емоційною реакцією: новини, що викликають сильні почуття страху, гніву або захоплення, спонукають до імпульсивного поширення без попередньої перевірки (рис. 3).



Рис. 3. **Досвід поширення фейкових повідомлень здобувачами (%)**

Таким чином, емоційний чинник постає вразливою ланкою у системі формування довіри респондентів. Контент, що апелює до страху, гніву чи надії, має підвищені шанси оминати раціональні механізми перевірки, особливо в умовах стресу та інформаційного тиску, зумовленого воєнною реальністю.

Аналіз впливу соціальних чинників (лайки, репости, перегляди) на довіру до цифрової інформації показав, що 29,2 % респондентів обрали кількість переглядів/лайків/репостів як маркер достовірності. Такі дані свідчить про те, що для значної частини аудиторії популярність контенту виступає синонімом його надійності. Логіка такого сприйняття ґрунтується на припущенні: «якщо велику кількість людей це підтримало, то інформація є правдивою».

Найпоширенішими каналами отримання інформації серед опитаних виявилися YouTube (48,1 %) та Telegram-канали (43,4 %). Обидві платформи характеризуються тим, що показники популярності (кількість підписників, переглядів, реакцій) є центральними елементами інтерфейсу і безпосередньо впливають на видимість контенту (рис. 4).

Отже, соціальні чинники відіграють суттєву роль у процесі формування довіри. Довіра до інформації нерідко делегується так званій «мудрості натовпу», коли популярність допису чи каналу створює ілюзію перевіреності та авторитетності, знижуючи при цьому особисту мотивацію до фактчекінгу.

Аналіз впливу технічних чинників («галочка», сертифікат, джерело) на довіру до цифрової інформації показав, що найважливішими маркерами достовірності, абсолютними лідерами є «посилання на офіційні органи» (39,6 %) та «наявність джерел/посилань» (37,7 %), саме це свідчить про чітке усвідомлення важливості підкріплення інформації перевіреними джерелами.

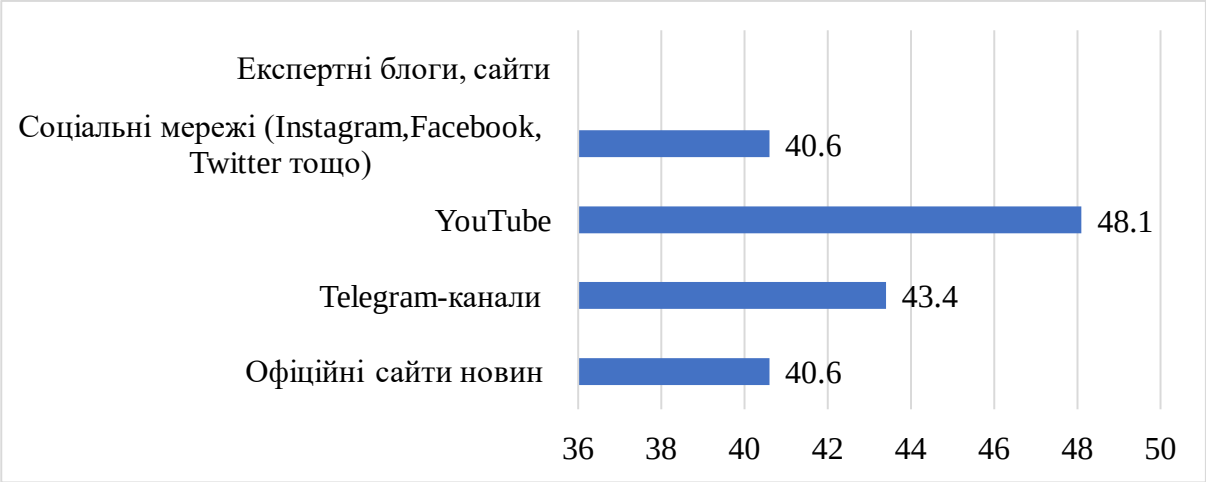


Рис. 4. **Платформи, яким надають перевагу респонденти при отриманні інформації (%)**

Більшість опитаних (42,5 %) звертають увагу на адресу сайту (домен, наявність HTTPS), 24,5 % респондентів частково звертають на це увагу що є прикладом базової технічної перевірки. Хоча цей критерій не гарантує достовірності змісту, він дозволяє відсіяти відверто фішингові та шахрайські ресурси.

Водночас третина респондентів (33 %) взагалі не звертає уваги на технічні атрибути ресурсу, зокрема домен чи наявність протоколу HTTPS (HyperText Transfer Protocol Secure). Це свідчить про існування потенційної вразливості у їхній медіаграмотності: ігнорування базових технічних ознак підвищує ризик сприйняття та поширення недостовірної або навіть шкідливої інформації.

Отже, респонденти загалом демонструють високий рівень довіри до формальних та технічних атрибутів інформації. Наявність посилання на першоджерело, особливо на офіційний ресурс, є для них найсильнішим аргументом на користь правдивості. Водночас частина здобувачів освіти залишається нечутливою до базових технічних ознак (зокрема домену чи наявності протоколу HTTPS), що підвищує ризик контакту з недостовірними або шахрайськими ресурсами. Така поведінка свідчить не про відсутність знань загалом, а радше про недостатній рівень сформованих навичок критичного застосування технічних маркерів у повсякденному користуванні інформацією. Цей факт відкриває можливості для подальшої освітньої роботи: систематичне впровадження елементів медіаграмотності та цифрової безпеки в навчальний процес, практичні тренінги з верифікації джерел, а також роз'яснення про значення технічних атрибутів сайту можуть підвищити здатність здобувачів більш ефективно протидіяти дезінформації. Таким чином, робота з цією групою респондентів має стати важливим напрямом формування культури довіри в цифровому середовищі.

Визначаючи вплив форми навчання на формування довіри, здобувачі денної форми більше часу проводять в академічному середовищі, де вимоги до джерел та цитувань є вищими.

Аналіз отриманих результатів показав, що порівняння за формою навчання показало, що серед здобувачів денної форми (57,5 %) частіше простежується комбіноване використання кількох критеріїв одночасно (наприклад, посилання на офіційні органи, авторитет автора та оформлення). Натомість здобувачі заочної форми (42,5 %) здебільшого орієнтуються на одиничні маркери (авторитет автора, посилання на офіційні органи), що свідчить про більш спрощені стратегії оцінки інформації.

Отже, результати демонструють, що ключовими факторами довіри є офіційність та фактологічна перевірюваність інформації (разом понад 30 %). Проте приблизно кожен десятий респондент орієнтується на другорядні або поверхневі ознаки (емоційність, кількість лайків), що створює ризик сприйняття маніпулятивного контенту. Це підкреслює потребу у

розвитку медіаграмотності, навчанні здобувачів оцінювати інформацію комплексно, поєднуючи формальні й технічні критерії, а не спираючись на окремі або емоційно забарвлені індикатори.

Таблиця 1. **Основні маркери достовірності цифрової інформації за формою навчання, %**

	Здобувачі денної форми	Здобувачі заочної форми	Всього:
Наявність джерел/посилань	19.8	17.9	37.7
Авторитет автора	22.6	17.0	39.6
Оформлення (дизайн, грамотність)	17.9	12.3	30.2
Кількість переглядів/лайків/репостів	15.2	15.2	30.5
Емоційність повідомлення	18.9	12.3	31.1
Посилання на офіційні органи	23.6	16.0	39.6

Серед здобувачів денної форми навчання домінують три ключові бар'єри для перевірки достовірності інформації: лінь/байдужість (14.2 %), нестача часу (14.2 %) та незнання, як саме перевіряти інформацію (14.2 %). Це свідчить про те, що хоча вони частіше контактують із цифровим контентом, мотиваційні та навичкові обмеження перешкоджають фактичній перевірці.

Здобувачі заочної форми навчання також демонструють подібні труднощі, але з менш вираженими показниками: байдужість (12.3 %), нестача часу (7.5 %), незнання методів перевірки (8.5 %). Водночас серед них трохи вищий відсоток тих, хто зазначає, що завжди перевіряє інформацію (8.5 %) у порівнянні з денною формою (7.5 %).

Таблиця 2. **Стратегії перевірки достовірності цифрової інформації залежно від форми навчання, %**

	Здобувачі денної форми	Здобувачі заочної форми	Всього:
Лінь/байдужість	14.2	12.3	26.4
Нестача часу	14.2	7.5	21.7
Не знаю, як це зробити	14.2	8.5	22.6
Перевіряю завжди	7.5	8.5	16.0
Перевіряю по можливості	7.5	5.7	13.2

Отже, денна форма навчання характеризується вищим рівнем пасивності щодо фактчекінгу, що зумовлено переважно браком часу та навичок. Заочна форма демонструє більш збалансований підхід: хоч і не відсутні бар'єри, проте частка тих, хто декларує систематичну перевірку, є трохи більшою. Це може пояснюватися віковими відмінностями та вищою самостійністю заочників у процесі навчання.

Форма навчання потенційно є важливим чинником, що впливає на інформаційні звички через різницю у доступних ресурсах (час) та інституційних вимогах (академічне середовище).

Висновки. Проведене дослідження дозволяє окреслити комплексний портрет сучасного молодого споживача цифрової інформації – здобувача освіти, який перебуває у стані постійної, але вже звичної інформаційної оборони. Його поведінку визначає внутрішній конфлікт між раціональним прагненням до перевірки достовірності та впливом когнітивних, емоційних і соціальних чинників. З одного боку, респонденти демонструють високий рівень медіаграмотності, чітко виділяючи найнадійніші маркери достовірності – наявність джерел і посилань, авторитетність автора та апеляцію до офіційних ресурсів. З іншого боку, ця

раціональна установка часто підважується когнітивним виснаженням, браком часу та інформаційним перевантаженням, що спонукають до використання більш простих і швидких механізмів прийняття рішень. Сильні емоційні повідомлення здатні обходити критичні фільтри, тоді як соціальні індикатори (кількість переглядів, лайків, репостів) нерідко виступають сурогатним підтвердженням достовірності. Таким чином, формується образ «обізнаного, але втомленого» споживача інформації – покоління, що усвідомлює загрозу фейків і потребу в розвитку стійкості, проте не завжди трансформує знання у щоденну практику. Отже, перспективою подальших розвідок є не лише інформування щодо методів перевірки, а й створення інструментів та умов, які допоможуть долати бар'єри системної втоми, дефіциту часу та емоційної вразливості в сучасному інформаційному середовищі.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Коробейнікова, Т. І., Журавель, І. М., Бодак, А. О., Бороденко, Д. В. «Концепція нульової довіри: сучасні методи забезпечення кібербезпеки в корпоративних мережах». *Вісник ЛДУБЖД*. 2024; 30: 67–77. DOI: https://doi.org/10.32447/20784643.30.2024.07.

2. Тріщук, О. В., Гриценко, О. С. «Довіра українських користувачів до інтернет-медіа в умовах кризи, спричиненої пандемією COVID-19». *Обрії друкарства*. 2021;1 (9): 74–86. DOI: https://doi.org/10.20535/2522-1078.2021.1(9).240609.

3. Kelton, K, Fleischmann, K., Wallace, W. "Trust in digital information". *Journal of the Association for Information Science and Technology*. 2007. DOI: https://doi.org/10.1002/asi.20722.

DOI: https://doi.org/10.15276/ict.02.2025.62
UDC 37.018.43:004.9:159.9

Factors of trust in digital information among applicants for higher education institutions in the educational space

Nataliia Oleksandrivna Nikon[1)]
PhD, Associate Professor of the Department of Psychology and Social Work
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-0827-0895; email: Nikonnataliy@ukr.net
Yulia Viktorivna Todortseva[1)]
PhD, Associate Professor of the Department of Psychology and Social Work
ORCID: https://orcid.org/0000-002-4708-581X; email: Utodorceva@gmail.com
[1)] Odesa Polytechnic National University, 1, Shevchenko Ave. Odesa, 65044, Ukraine

ABSTRACT

The article presents the results of a study of factors of trust in digital information among applicants for higher education institutions in the context of a modern information society. The growth of digital content, the spread of artificial intelligence and social networks exacerbate the problem of information security, create new challenges for critical thinking and require a rethinking of educational approaches The conditions of data overload, rapid content distribution and high dynamics of the digital environment form new habits of digital information consumption, where the problem of distinguishing between reliable and manipulative messages comes to the fore. It was established that the leading markers of reliability for young students are technical and formal factors: the presence of sources/references, the authority of the author and access to official resources. These are the signs that respondents consider the most convincing evidence of the truthfulness of information. At the same time, a significant role of emotional and social factors was revealed: the emotional coloring of messages and popularity indicators (number of views, likes, reposts) often affect the assessment of reliability even in the absence of verified sources. This indicates the ambivalence of information behavior of applicants: a combination of a high level of theoretical media literacy with a practical tendency to simplified decision-making mechanisms. Analysis by form of study showed that full-time applicants are more often oriented towards rational verification criteria and pay more attention to technical aspects (domain, presence of HTTPS, links to official resources). In contrast, part-time applicants are more inclined to trust emotional and social signals. Among both groups, the key barriers to systematic fact-checking are lack of time, information overload, and cognitive fatigue, rather than lack of knowledge or skills. The results allow us to form a generalized portrait of the modern young consumer of digital information: a «knowledgeable but tired» user who understands the principles of critical thinking well, but does not always apply them in everyday practice. This emphasizes the importance of integrating educational strategies and digital tools that would not only increase media literacy, but also help overcome the influence of emotional and social factors in the process of evaluating information. The results of further research can contribute to the development of integral programs for the formation of critical thinking, focused on the real practices of applicants of higher education institutions, which will increase their resistance to information manipulation in the digital environment.

Keywords: Information society; trust; digital information consumption habits; higher education students; critical thinking; emotional factors; social factors; technical factors; educational space