

DOI: 10.26565/2786-5312-2024-99-17

УДК 811.111:378.147.091.31

Н. М. Старцева

доцент кафедри ділової іноземної мови та перекладу Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна; e-mail: nstartseva@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0264-913X>

В. В. Ільченко

старший викладач кафедри ділової іноземної мови та перекладу Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна; valeriia.ilchenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6757-1882>

О. В. Карпенко

старший викладач кафедри ділової іноземної мови та перекладу Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна; e-mail: yelena.karpenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-6795-2487>

Студентська агентність та її типи: застосування в мовному навчальному середовищі

У статті досліджено студентську агентність як ресурс або актив студента, який впливає на формування індивідуальної навчальної траєкторії при вивченні іноземних мов. Зазначено два типи ресурсу: персональний – індивідуальні характеристики інтелектуального когнітивного розвитку студента, набуті навички, знання – та зовнішній, економічний та соціальний ресурс, – соціальне, сімейне та навчальне середовище та зв'язки. Освітлено вплив змін, які відбуваються в навчальному середовищі, зокрема в мовній освіті, а також трансформаційних компетентностей на формування та розвиток агентності, студентської агентності та коагентності. Окреслено соціологічний та соціально-психологічний підходи до визначення поняття агентності та різні контексти, у яких формується та розвивається студентська агентність – моральний, соціальний, економічний, творчий. Надано визначення студентської агентності як ініціативної, свідомої, саморегульованої діяльності студентів з вибору власної траєкторії навчання задля досягнення особистих цілей. Розглянуто типи ко-агентності у межах освітньої екосистеми, зазначено чотири рівня, на яких реалізується системна взаємодія стейкхолдерів освітнього процесу: студент – викладач, студент – студент, студент – родина та студент – спільнота, та підкреслено їх вплив на формування та розвиток студентської агентності. Спираючись на теорію структурації та метакогнітивні стратегії, яким студенти надають перевагу в процесі організації мовного навчання, виокремлено типи студентської агентності, якою керуються студенти в навчальному мовному середовищі, – колаборативна, технологічна, культуро орієнтована, дослідницька, рефлексивна, самокерована та дієво орієнтована. Перспективою подальших досліджень є встановлення кореляції між типами студентської агентності та видами навчальних завдань в мовному середовищі.

Ключові слова: агентність, коагентність, контекст, мовна освіта, навчальне середовище, студентська агентність, типи студентської агентності.

Як цитувати: Старцева, Н., Ільченко, В., & Карпенко, О. (2024). Студентська агентність та її типи: застосування в мовному навчальному середовищі. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*, (99), 133-140.

DOI: 10.26565/2786-5312-2024-99-17

In cites: Startseva, N., Ilchenko, V., & Karpenko, O. (2024). Learner agency and its types: application in the language learning environment. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: Foreign Philology. Methods of Foreign Language Teaching*, (99), 133-140.

DOI: 10.26565/2786-5312-2024-99-17



1. ВСТУП

Під впливом реалій сьогодення система викладання іноземних мов як у світовому навчальному просторі, так і в Україні постійно перебуває в стані трансформаційних змін, які унеможливають використання підходів до викладання та методів, які раніше працювали. Серед головних чинників таких змін в Україні є повсюдна цифровізація, вимоги сучасного ринку праці, інтегрування кращих світових практик у навчальні програми закладів вищої освіти, різкий та одномоментний перехід на онлайн-навчання спочатку через пандемію COVID-19, а потім через повномасштабну агресію з боку росії.

Щоб відповісти на глобальні та локальні виклики 21-го століття, студенти повинні мати можливість та прагнення створити новий світ добробуту й сталості не лише для самих себе, але й для інших людей. Згідно з Концепцією навчання ОЕСР [19] задля вагомого внеску в таке майбутнє студенти мають володіти трьома «трансформаційними компетентностями»: створювати нові цінності, долати напруженість, вирішувати проблеми та брати на себе відповідальність. Створення нових цінностей означає впровадження інновацій для покращення життя, а також розвиток нових знань, концепцій, ідей, методів, стратегій та рішень та їхнє використання для розв'язання як уже наявних, так і нових проблем. Подолання напруженості та вирішення проблем означає вміння розуміти численні взаємозв'язки й взаємовідносини між суперечливими або несумісними, на перший погляд, ідеями, підходами та позиціями, а також урахувати результати дій як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі. Здатність брати на себе відповідальність пов'язано із навичками рефлексії та вмінням оцінювати власні дії в контексті свого досвіду та освіти, а також з огляду на особисті, етичні та суспільні цілі. Саме відповідальність покладено в основу таких понять, як *agency*, *learner agency* та *co-agency*, оскільки вона передбачає розуміння того, що дії мають наслідки і що люди можуть впливати на інших. Беручи на себе відповідальність за різні аспекти своєї діяльності, студенти під керівництвом і наставництвом викладачів та інших спеціалістів розвивають агентні та коагентні навички.

В українськомовних публікаціях як відповідник до терміна *learner agency (student agency)* уживається термін *учнівська агентність* [2; 4]. Поняття *учнівська* застосовується для визначення агентності будь-якої людини, що навчається, без вікових та структурних обмежень, але в тексті статті автори будуть використовувати термін *студентська агентність*, оскільки контекстом дослідження є система мовної освіти у ЗВО.

Студентська агентність, яка орієнтована на стратегічний розвиток особистості студентів та їхню свідому, саморегульовану навчальну діяль-

ність, дозволяє дієво задовольнити вищезазначені потреби студентів, зокрема у вивченні іноземних мов, становить об'єкт цього дослідження. Предметом дослідження є типи студентської агентності, які можна виокремити відповідно до індивідуальних навчальних цілей студентів, ступеня їхньої залученості в навчальний процес та вподобаного характеру навчальної діяльності.

У численних дослідженнях агентності та пов'язаних з нею концепцій розглядають складні питання навчальної автономії студентів, взаємозалежності їхньої індивідуальної активності та соціального контексту, обґрунтованості вибору доцільної діяльності та здатності діяти відповідно до нього, впливу соціокогнітивної складової на формування агентності [7; 11; 13; 18]. Але, незважаючи на наявність низки праць закордонних учених та доробок вітчизняних дослідників у галузі соціології, психології, дошкільної та шкільної освіти [2; 3; 4], типи студентської агентності та її застосування в навчальних практиках, зокрема мовних, ще не є достатньо описаними, чим і пояснюємо актуальність цієї роботи.

Мета цього дослідження – уточнити складові студентської агентності стосовно викладання та вивчення іноземних мов. Мета дослідження умовляє розв'язання таких завдань: 1) уточнення понять *агентність*, *студентська агентність* та *коагентність*; 2) виокремлення типів студентської агентності; 3) співвіднесення типів студентської агентності з окремими видами навчальних завдань у процесі вивчення цільової мови.

На основі вивчення теоретичних джерел авторами розроблена класифікація типів студентської агентності, які проявляють та застосовують студенти при вивченні іноземних мов у закладах вищої освіти. Саме ця класифікація становить практичну складову цього дослідження.

Теоретичне значення проведеного дослідження полягає в тому, що в ньому зроблено аналіз взаємозв'язків понять *агентність*, *студентська агентність* та *коагентність* при вивченні іноземної мови в закладах вищої освіти, який може бути використаний в ході подальшого вивчення цієї проблеми.

2. АГЕНТНІСТЬ. СТУДЕНТСКА АГЕНТНІСТЬ. КОАГЕНТНІСТЬ. ТИПИ СТУДЕНТСЬКОЇ АГЕНТНОСТІ

2.1. Агентність

В основу поняття *студентська агентність*, яке є важливим для розуміння базових факторів та умов, що впливають на діяльність студентів в мовному середовищі, покладено поняття *агентності*. Визначення *агентності*, запропоноване М. Емірбаєром та А. Міше, підкреслює взаємодію агентів та контекстів їхньої діяльності. «Агентність – це сформована тимчасова залученість акторів (суб'єктів) різних структурних середовищ – часово-реляційних контекстів дії – яка через

взаємодію поведінки, уяви та судження відтворює та трансформує ці структури шляхом інтерактивної реакції на виклики, що виникають у зв'язку зі зміною історичних ситуацій» [10, с. 971].

К. Кемпбел розрізняє два підходи до визначення поняття *агентності*:

– **соціологічний**, у межах якого агентність розглядається як агентська влада (*agentic power*) і означає структурно обумовлену можливість агента діяти автономно, незалежно від структурних та культурних обмежень [9];

– **соціально-психологічний**, що стосується індивідуальних характеристик агента в певному соціальному оточенні. В. Маршалл трактує агентність «як людську здатність діяти усвідомлено відповідно до намірів, планів у темпоральному або біографічному режимі» [17, с. 11]. Він виокремлює два типи агентності як ресурсу або активу: а) персональний ресурс – індивідуальні характеристики інтелектуального або когнітивного розвитку, набуті навички, знання, фізична сила чи таланти; б) зовнішній – економічний та соціальний ресурс – статки, соціальний капітал, сімейні та інші зв'язки тощо. Саме на розвитку персонального ресурсу зосереджено зусилля сучасної освітньої системи.

Дослідники роблять акцент на взаємозв'язку навчального або іншого середовища та наявних в агента ресурсів задля досягнення результату й визначають агентність як «здатність зрозуміти вимоги середовища, у якому перебуває агент, можливість використати всі наявні ресурси, аби вжити заходів, які є для агента найвигіднішими та такими, що реалізують його потенціал якнайкраще» [16, с. 32].

Необхідність для людини робити свідомий життєвий вибір та навчатись упродовж життя підкреслює важливість розвитку агентності як здатності людини адекватно оцінювати середовище (навчальне та соціальне), усвідомлювати свою мету, мати змогу обирати найефективніший спосіб її досягнення, узгоджувати особисті та суспільні інтереси [16; 19], здійснювати контроль над своїм життям і давати йому напрям [6, с. 134].

Агентність не є вродженою рисою особистості; це те, чого можна навчитися і що може змінюватися протягом життя. На агентність людини впливають такі фактори, як соціальна підтримка й самооцінка [5]. Зрозуміло, що доброзичливі стосунки та соціальна підтримка позитивно впливають на агентність людини й сприяють високій самооцінці, яка формується насамперед у результаті міжособистісного досвіду [14].

Агентність у цілому може виявлятися в різних контекстах існування та діяльності людини – моральному, соціальному, економічному, творчому контексті. Навчання у виші є ще одним кроком до набуття соціальної агентності, оскільки воно поглиблює знання студентів про суспільство, владу,

передбачає необхідність будувати нові стосунки з людьми поза межами своєї сім'ї й розуміти свої права та обов'язки, пов'язані із суспільством, у якому вони живуть. Коли студенти в процесі навчання приймають рішення, які визнають права та потреби інших учасників навчального процесу, вони орієнтуються на моральну агентність, розвиваючи водночас критичне мислення. Студенти застосовують економічну агентність, оцінюючи наявні для них можливості зробити свій внесок у місцеву, національну чи глобальну економіку та використовуючи в реальному житті ці можливості, тоді як їхня творча агентність дозволяє широко застосовувати уяву, здатність до інновацій задля досягнення мистецьких, наукових або інших цілей [19].

2.2. Студентська агентність

Студентську агентність визначають як здатність студента ставити мету, розмірковувати та діяти відповідально, щоб викликати зміни; вона відіграє важливу роль у процесі трансформації навчальних закладів в інноваційні навчальні середовища [20]. Студенти, набуваючи у своєму середовищі якості ставати агентними, активними, тобто застосовуючи агентність у навчальному процесі та поза ним, «навчаються вчитися», здобувають безцінні навички, які використовуватимуть протягом усього життя.

Психологиня К. Двек уважає, що студентам, які рухаються завдяки мотивації та цілеспрямованості й покладаються на самоефективність, притаманне мислення зростання (*growth mindset*). Такі студенти усвідомлюють, що здібності та інтелект можна розвинути завдяки наполегливій праці самостійно або за допомогою своїх однолітків та викладачів задля досягнення благополуччя та процвітання в суспільстві [9]. Мислення зростання протистоїть фіксованому мисленню (*fixed mindset*). Студенти, які мають фіксоване мислення, відчувають, що нічого не може змінитися, що б вони не робили, їхні здібності до навчання незмінні й краще не стануть.

Студентську агентність пов'язано з такими поняттями, важливими для сучасного навчального процесу, який здебільшого проводиться онлайн, як автономне або самостійне навчання, саморегульоване навчання й персоналізація. Самостійність або автономія студентів полягає в тому, щоб робити вибір і мати можливість брати певну особисту відповідальність за те, що і як вони вивчають. Персоналізація дає студентам можливість пов'язати це з власним життям, і цей зв'язок має бути значущим для них особисто. Окрім того, емоційна залученість студентів мотивує їх до навчання.

В. Гуменюк зазначає, що навчання, орієнтоване на широке застосування агентності, становить частину цілеспрямованої багатоаспектної діяльності, фундаментальної для людської природи, яка пов'язує минуле, теперішнє та майбутнє, оскільки

відображає наміри, плани та очікування, що беруть початок у повторюваних схемах дій, у системі цінностей та персональній ідентичності учасників навчального процесу. Студентська агентність є конструктором персонального ресурсного рівня студентів, який складається з академічних знань, компетентностей, навичок, здібностей, на розвиток яких спрямовано зусилля освіти. Студентська агентність є водночас відображенням структурних можливостей, до яких належить контекст навчального середовища: характер взаємодії з викладачами, можливість персоналізації навчання та узгодження освітніх завдань з індивідуальними цілями студента, особливості системи оцінювання [2].

Підсумовуючи всі попередні положення, ми визначаємо студентську агентність як ініціативну, свідому, саморегульовану діяльність студентів з вибору власної траєкторії навчання задля досягнення особистих цілей.

2.3. Коагентність

Сучасне навчальне середовище, яке наразі перебуває в стані вимушених змін, потребує від усіх стейкхолдерів мовної освіти відповідної реакції та скоординованих зусиль, спрямованих на вдосконалення та покращення мовної підготовки майбутніх фахівців. Саме тому важливим у контексті студентської агентності є поняття *коагентності*, тобто співпраці студента з внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами освітнього процесу (викладачами, іншими студентами, батьками та ширшою спільнотою) та їхній вплив на формування та реалізацію студентської агентності (академічних очікувань, упевненості у своїй меті, академічної самоефективності, залученості в студентське життя тощо). На рівні освітньої екосистеми коагентність означає, що актуальні освітні цілі поділяють не лише студенти та викладачі, але й батьки та ширша спільнота – роботодавці, місцева громада. У навчальному середовищі коагентність реалізується на чотирьох рівнях: студент – викладач, студент – студент, студент – батьки та студент – спільнота [19].

У контексті формування та розвитку агентності завданням викладача є створення освітнього середовища, яке сприяє не лише формуванню актуальних компетентностей, але й розвитку особистості студента та відчуття приналежності до спільноти/спільнот. На відміну від традиційної, негнучкої, моделі навчання, яка орієнтована на викладача та накопичення нормативно визначених знань, умінь і навичок, система, яка заохочує студентську активність, формує вміння діяти та застосовувати досвід у проблемних умовах [1, с. 52], також бере до уваги більш широке коло стосунків студентів з іншими студентами, сім'ями та спільнотами, які прямо або опосередковано впливають на їхнє навчання. За таких умов як викладачі, так і студенти стають коагентами в разі створення спільного навчального

середовища, яке підтримує студентську агентність.

Коагентність на рівні «студент-студент» реалізується через залученість студентів до формування навчальних планів та освітніх траєкторій. Саме залученість підсилює відчуття власної спроможності, готовності брати відповідальність за результати власного навчання, покращує аналітичні та комунікативні навички й сприяє формуванню навчальної автономії.

Коагентність на рівні «студент – батьки» сприяє створенню навчального середовища, у якому батьки беруть активну участь у навчанні дитини. Відповідальна та позитивна взаємодія сім'ї з навчальним закладом не лише покращує академічну успішність, але й підвищує довіру студентів до навчання в цілому.

Коагентність на рівні «студент – спільнота» реалізується через взаємодію органів студентського самоврядування із зовнішніми стейкхолдерами – різноманітними громадськими організаціями та об'єднаннями, які безпосередньо не пов'язані із системою освіти, але зацікавлені в соціальному партнерстві, регіональними органами державної влади, органами місцевого самоврядування, роботодавцями тощо – з метою сприяння постійній модернізації освітніх програм задля формування компетентного фахівця на ринку праці.

Таким чином, коагентність є важливою передумовою створення ефективного навчального середовища, яке охоплює не лише навчальні заклади, але й родини та громаду.

2.4. Типи студентської агентності

Поняття *студентська агентність* у мовному навчальному середовищі охоплює різноманітні когнітивні, комунікативні та поведінкові аспекти. Воно узгоджується з теоріями саморегульованого навчання, підкреслюючи здатність особистості виявляти ініціативу, ставити цілі та самостійно контролювати свій навчальний процес. Такий підхід передбачає метакогнітивні стратегії, коли студенти активно контролюють, планують та оцінюють своє мовне навчання, підкреслюючи важливість цілепокладання та самооцінки для оптимізації мовленнєвої компетентності. Студентська агентність також має соціокогнітивну перспективу, наголошуючи на ролі соціальної взаємодії та особистісної когніції у вивченні іноземної мови.

Цікавим у контексті цього дослідження та спроби виокремлення типів студентської агентності є теорія структурації Е. Гідденса та деякі з її центральних понять, а саме: структура, агентність та стратифікаційна модель діяльної особистості.

У теорії структурації Е. Гідденса структура – це регулярно відтворюваний «набір» правил (нормативних елементів, що стосуються створення змістів, та моральних правил, які санкціонують спосіб соціальної поведінки) та ресурсів (алокативних та

авторитативних) [12]. Структура характеризується взаємопов'язаністю елементів, можливістю трансформацій та передбачуваністю того, як зміни в одному елементі змінять структуру в цілому. Ще однією важливою властивістю структури є її дуальність, тобто структура є одночасно і засобом, і результатом відтворення соціальних практик.

Певною мірою можна провести паралель між гідденсівським розумінням (соціальної) структури і структурою мови – набором граматичних та синтаксичних правил, лексичним і категоріальним апаратом [4, с. 75].

За Баренсом, гідденсівське визначення агента є таким: «носії каузальної сили, яку він, за своїм бажанням, може використовувати (або не використовувати), щоб утручатися в безперервну послідовність подій у світі», [15, с. 513] а агентності (дії або агента) – «потік фактичних або передбачуваних каузальних утручань тілесних сутностей у безперервний процес подій у світі» [15, с. 513], таким чином включаючи в поняття *агентності* не лише дії агента, але й агента як діяльну особистість, носія агентності.

Запропонована Гідденсом трикомпонентна стратифікаційна модель діяльної особистості спирається на рефлексивний моніторинг дій, інтенціональний характер людської діяльності та сприйняття. Рефлексивний моніторинг проходить на тлі раціоналізації дії (здатності агента пояснювати свої дії та їхні причини) і в більш «інклюзивному» контексті практичного усвідомлення. Предметом рефлексивного моніторингу є не лише поведінка окремих агентів, а й середовище їхньої взаємодії. Саме рефлексивний моніторинг дій у поєднанні з раціоналізацією поведінки сприяє системності на рівні соціальної інтеграції [12, с. 57].

Іntenціональний характер людської діяльності розглядають не як артикуляцію дискретних, окремих «інтенцій», а як безперервний потік інтенціональності в часі, яка свідомо артикулюється лише в рефлексивному акті уваги і, як правило, у межах певного дискурсу [12, с. 39-40].

Сприйняття, так само як й інтенціональність, не є дискретною. Скоріше, це неперервна, локалізована в часі й просторі діяльність людини, з прогнозуванням надходження нової та одночасного осмислення вже отриманої інформації.

Отже, спираючись на когнітивні теорії та теорію структурації Е. Гідденса та беручи до уваги соціокультурне середовище, у якому відбувається процес засвоєння іноземної мови, ступень залученості студента в навчальний процес та обраний характер навчальної діяльності, можна виокремити такі типи студентської агентності: самокеровану, колаборативну, технологічну, культурно орієнтовану, дослідницьку, рефлексивну та дієво орієнтовану.

Самокеровану студентську агентність характеризують проактивним та саморегульованим під-

ходом до вивчення мови. Хоча агенти (студенти) діють у структурно визначених межах (наприклад, навчальні програми) вони, а втім, мають певну відносну автономію [12, с. 91]. Як носії «каузальної сили» вони можуть використовувати її для «раціоналізації дії»: адаптивного контролю своєї навчальної траєкторії, установлення та корегування персоналізованих мовних цілей. Цей підхід передбачає пошук додаткових навчальних «ресурсів» та адаптацію навчальних планів до своїх індивідуальних потреб. Такі студенти часто займаються автономним самонавчанням поза межами звичайних аудиторних занять, використовуючи цифрові платформи, мовні додатки та автентичні матеріали, що сприяють зануренню в мовне середовище та контекстуалізації навчання.

Технологічна студентська агентність виступає як потужний фасилітатор у вивченні іноземної мови. Її підґрунтям є алокативні (матеріальні) навчальні ресурси, які агент (студент) може використати задля успіху навчальної діяльності та полегшення собі досягнення навчальних цілей. На сучасному етапі розвитку освітніх технологій як матеріальні навчальні ресурси можна розглядати цифрові ресурси, електронні книги, цифрові підручники, мовні додатки та мультимедійні платформи, які активно використовують технологічно підготовлені студенти, щоб доповнити та збагатити свій мовний та мовленнєвий досвід. Такі студенти мають чітку стратегію взаємодії (соціальної взаємодії) з мовними онлайн-спільнотами, використання інтерактивних вебсайтів та програмного забезпечення для вивчення мови, що сприяє формуванню всебічної мовленнєвої компетентності.

Культурно орієнтована студентська агентність поєднує мову та культуру в процесі вивчення іноземної мови, акцентуючи увагу на взаємодії мови й соціуму та пов'язаних з нею тонкощах, «прихованих у засобах мовного спілкування, яке є значно ширшим за власне вербальне спілкування» [3, с. 16-17]. Студенти, які володіють культурно орієнтованою агентністю, чітко усвідомлюють, що мові як «структурі» притаманний певний «набір» правил: «нормативних елементів» – сукупності синтаксичних, граматичних і «прихованих» правил, які «структурують повсякденний дискурс і взаємне розуміння дій, учинків та практик як значущих для учасників» [4, с. 75], та «моральних правил», які спрямовані на системне відтворення соціальних структур, які вже існують у країні, мову якої вивчають. Такі студенти усвідомлюють і дуальність мови як «структури», тобто мова є одночасно і засобом, і результатом відтворення соціальних практик. Цей тип студентської агентності сприяє активному ознайомленню з культурними аспектами іноземної мови й заохочує студентів досліджувати різноманітні культурні артефакти як матеріальні (традиційний національний одяг, витвори мистецтва тощо), так і нематеріальні

(література, музика, кінематографічні твори тощо), щоб набутися автентичного культурного досвіду й сформувати в себе всебічне розуміння культурних нюансів, і таким чином сприяє не лише вивченню мови, а й всебічному розумінню культури.

Дослідницька студентська агентність дозволяє вийти за межі поверхового вивчення мови. Студенти, які володіють дослідницькою агентністю, ретельно вивчають «нормативні елементи» мови (мовні структури), аналізують граматичні конструкції та шукають пояснення мовних тонкощів та складнощів, що вивчаються, беруть участь у конкурсах та роботі проєктних груп. Такий тип агентності дає змогу глибше зрозуміти іноземну мову та вийти за межі «правил» простого засвоєння граматики та словникового запасу.

Колаборативна студентська агентність базується на усвідомленні того, що знання є соціальною конструкцією, пріоритеті колективного над індивідуальним та «дискурсивній свідомості», що включає в себе знання, які агенти (студенти) здатні виражати на рівні дискурсу та актуалізувати в процесі продукування й репродукування соціальної взаємодії [12, с. 3]: групової та спільної навчальної діяльності, такої як парні вправи та інтерактивні завдання, активної участі в дискусіях, круглих столах та дебатах, взаємному навчанні. Студенти, які володіють колаборативною агентністю, використовують соціальну взаємодію для вдосконалення комунікативних навичок та мовленнєвої компетентності.

Рефлексивна студентська агентність базується на здатності студента до рефлексивного моніторингу, а саме свідомого відслідковування своєї навчальної діяльності та соціальних контекстів, у яких вона проходить. Всебічна оцінка (моніторинг) навчальних досягнень, своїх сильних та слабких сторін та виявлення проблемних ділянок для покращення рівня володіння мовою (раціоналізація дій) дозволяють студентам адаптивно коригувати обрані стратегії, методи й підходи до навчання (трансформувати елементи системи) з метою оптимізації процесу формування мовленнєвої компетентності (змін структури в цілому).

Дієво орієнтована студентська агентність надає перевагу практичному застосуванню мовленнєвих навичок. На відміну від колаборативної агентності, дієвоорієнтована агентність спонукає агентів (студентів) виходити за межі соціальної взаємодії, створеної в певному навчальному середовищі, та активно шукати можливості використовувати мову

в реальних життєвих ситуаціях, наприклад, брати участь у програмах мовного обміну чи волонтерській діяльності. Цілеспрямоване занурення в таке практичне середовище посилює та закріплює мовленнєві навички завдяки навчанню на практиці.

Розуміння типів студентської агентності, задіяних у викладанні іноземної мови, дозволяє викладачеві адаптувати методи навчання до різноманітних уподобань студентів, тим самим сприяючи створенню більш інклюзивного та ефективного навчального середовища.

3. ВИСНОВКИ

Студентська агентність та її застосування в навчальному процесі є важливими факторами успішності студента. Вона пов'язана з розвитком його особистості, впевненості у своїй меті та результаті, академічних очікуваннях, планах та намірах, з почуттям причетності до процесу навчання та емоційній залученості в цей процес.

Поєднання студентської агентності, автономії та персоналізації в навчальному процесі та поза ним є ефективним, оскільки дає студентам можливість стати свідомими особистостями, покращуючи загальну якість навчання й роблячи його більш ціннісним. У мовному навчальному середовищі студенти вивчають іноземну мову ефективніше, коли вони можуть робити вибір та персоналізувати навчальні завдання, а викладачі надають їм можливість виявити студентську агентність відповідно до типів завдань, які вони виконують.

Підґрунтям для формування студентської агентності та коагентських навичок є трансформаційні компетентності: уміння створювати нові цінності, долати напруженість, вирішувати проблеми та брати на себе відповідальність. Застосування агентності не обмежено лише навчальним контекстом та поширюється на інші контексти існування та діяльності людини – моральний, соціальний, економічний, творчий.

Згідно з типами навчальних стратегій, які обирають для себе студенти, виокремлено сім типів студентської агентності у мовному навчальному середовищі – самокерована, колаборативна, технологічна, культурно орієнтована, дослідницька, рефлексивна та дієво орієнтована. Перспективи подальших досліджень пов'язуємо з установленням кореляції між типами студентської агентності та видами навчальних завдань у процесі вивчення іноземної мови.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- Бібік, Н. М. (2015). Переваги і ризики запровадження компетентнісного підходу в шкільній освіті. *Український педагогічний журнал*, 1, 47-58. [https://lib.iitta.gov.ua/9772/1/10-35-1-PB%20\(1\).pdf](https://lib.iitta.gov.ua/9772/1/10-35-1-PB%20(1).pdf)
- Гуменюк, В. В. (2020). Агентність: множинність визначення та операціоналізація в контексті шкільної освіти. *Наукові записки НаУКМА. Соціологія*, 3, 27-36. <https://doi.org/10.18523/2617-9067.2020.3.27-36>

3. Ніколаєнко, Л. (2012). Еволюція переходу від соціолінгвістики до соціології мови: соціально-групова структура суспільства в дзеркалі соціальної структури мови. *Вісник Київського національного університету імені Т. Шевченка*, 3, 16-26. https://sociology.knu.ua/sites/default/files/library/elopen/visnyk03_16.pdf
4. Осипчук, А. Д. (2015). Структура, агентність та соціальна система в теорії структуризації Ентоні Гідденса. *Грані*, 12, 74-79.
5. Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1-26. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.1>
6. Biesta, G., & Tedder, M. (2007). Agency and learning in the lifecourse: Towards an ecological perspective. *Studies in the Education of Adults*, 39(2), 132-149.
7. Bown, J. (2009). Self-regulatory strategies and agency in self-instructed language learning: A situated view. *The Modern Language Journal*, 93(4), 570-583. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4781.2009.00965.x>
8. Campbell, C. (2009). Distinguishing the Power of Agency from Agentic Power: A Note on Weber and the "Black Box" of Personal Agency. *Sociological Theory*, 27(4), 407-418. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2009.01355.x>
9. Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The New Psychology of Success*. New York: Random House Publishing Group. <https://docs.lib.purdue.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=giftedchildren>
10. Emirbayer, M., & Mische, A. (1998). What is Agency? *American Journal of Sociology*, 103(4), 962-1023. <https://doi.org/10.1086/231294>
11. Eteläpelto, A., Vähäsantanen, K., Hökkä, P., & Paloniemi, S. (2013). What is agency? Conceptualizing professional agency at work. *Educational Research Review*, 10, 45-65. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2013.05.001>
12. Giddens, A. (1979). *Central Problems in Social Theory. Action, Structure, and Contradiction in Social Analysis*. London: Macmillan.
13. Hamid, M., & Baldauf, R. (2011). English and socio-economic disadvantage: learner voices from rural Bangladesh. *Language Learning Journal*, 39(2), 201-217. <https://doi.org/10.1080/09571736.2011.573687>
14. Hitlin, S., & Elder, G. (2006). Agency: an empirical model of an abstract concept. *Advances in Life Course Research*, 11, 33-67. [https://doi.org/10.1016/S1040-2608\(06\)11002-3](https://doi.org/10.1016/S1040-2608(06)11002-3)
15. Loyal, S., & Barnes, B. (2001). "Agency" as a Red Herring in Social Theory. *Philosophy of the Social Sciences*, 31, 507-524. <https://doi.org/10.1177/004839310103100403>
16. Marope, M., Griffin, P., & Gallagher, C. (2017). Future Competences and the Future of Curriculum. A Global Reference for Curricula Transformation. https://fundaciobofill.cat/uploads/old-files/BOOK_COMPLETE_future_competences_and_the_future_of_curriculum.pdf
17. Marshall, V. & Clarke, P. (2010). Agency and social structure in aging and life-course research. In D. Dannefer & C. Phillipson (Eds.), *The SAGE handbook of social gerontology* (pp. 294-305). London: SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446200933.n22>
18. Mercer, S. (2011). Understanding learner agency as a complex dynamic system. *System*, 39(4), 427-436. <https://doi.org/10.1016/j.system.2011.08.001>
19. OECD. (2018). *The Future of Education and Skills. Education 2030*. Published under the responsibility of the Secretary-General of the OECD. [https://www.oecd.org/education/2030/E2030%20Position%20Paper%20\(05.04.2018\).pdf](https://www.oecd.org/education/2030/E2030%20Position%20Paper%20(05.04.2018).pdf)
20. OECD. (2019). *Conceptual Learning Framework. Student Agency for 2030*. https://www.oecd.org/education/2030-project/teaching-and-learning/learning/student-agency/Student_Agency_for_2030_concept_note.pdf

Стаття надійшла до редакції 29.02.2024

Стаття рекомендована до друку 25.04.2024

Natalya Startseva – Associate Professor at the Department of Business Foreign Language and Translation, V. N. Karazin Kharkiv National University; e-mail: nstartseva@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0264-913X>

Valeriia Ilchenko – Senior Lecturer at the Department of Business Foreign Language and Translation, V. N. Karazin Kharkiv National University; e-mail: valeriia.ilchenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6757-1882>

Olena Karpenko – Senior Lecturer at the Department of Business Foreign Language and Translation, V. N. Karazin Kharkiv National University; e-mail: yelena.karpenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-6795-2487>

LEARNER AGENCY AND ITS TYPES; APPLICATION IN THE LANGUAGE LEARNING ENVIRONMENT

The article examines student agency as the student's resource or asset that influences the formation of an individual learning path in foreign language acquisition. Two types of resources are identified: personal – individual characteristics of the student's intellectual cognitive development, acquired skills, knowledge – and external, economic and social resource, – social, family and educational environment as well as networks. The influence of changes taking place in the learning environment, in particular in

language acquisition, and the impact of transformational competencies on the formation and development of agency, student agency, and co-agency are highlighted. Sociological and socio-psychological approaches to defining the concept of agency and the different contexts in which student agency is formed and developed – moral, social, economic, and creative – are outlined. Student agency is defined as an initiative, conscious, self-regulated activity of students aimed at choosing their own learning path in order to achieve personal goals. The types of co-agency within the educational ecosystem are considered; four levels of systemic interaction of educational process stakeholders are distinguished: student-teacher, student-peer, student-family, and student-wider community, and their influence on the formation and development of student agency is emphasized. Based on the theory of structuration and metacognitive strategies that learners favour in the process of organizing language acquisition, the types of student agency used in the language learning environment are differentiated: collaborative, technological, culture-oriented, research, reflexive, self-directed, and action-oriented. The prospect for further research consists in establishing a correlation between the types of student agency and learning tasks in the language classroom.

Key words: *agency, co-agency, context, language acquisition, learning environment, student agency, types of student agency.*

REFERENCES

- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Annual Review of Psychology*, 52, 1–26. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.1>
- Bibik, N. M. (2015). Perevahy i ryzyky zaprovadzhennia kompetentnisocho pidkholu v shkilnii osviti [Advantages and risks of implementing a competency-based approach in school education]. *Ukrainskyi pedahohichnyi zhurnal [Ukrainian Educational Journal]*, 1, 47–58. [https://lib.iitta.gov.ua/9772/1/10-35-1-PB%20\(1\).pdf](https://lib.iitta.gov.ua/9772/1/10-35-1-PB%20(1).pdf)
- Biesta, G., & Tedder, M. (2007). Agency and learning in the lifecourse: Towards an ecological perspective. *Studies in the Education of Adults*, 39(2), 132–149.
- Bown, J. (2009). Self-regulatory strategies and agency in self-instructed language learning: A situated view. *The Modern Language Journal*, 93(4), 570–583. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4781.2009.00965.x>
- Campbell, C. (2009). Distinguishing the Power of Agency from Agentic Power: A Note on Weber and the “Black Box” of Personal Agency. *Sociological Theory*, 27(4), 407–418. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9558.2009.01355.x>
- Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The New Psychology of Success*. New York: Random House Publishing Group. <https://docs.lib.purdue.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=giftedchildren>
- Emirbayer, M., & Mische, A. (1998). What is Agency? *American Journal of Sociology*, 103(4), 962–1023. <https://doi.org/10.1086/231294>
- Eteläpelto, A., Vähäsantanen, K., Hökkä, P., & Paloniemi, S. (2013). What is agency? Conceptualizing professional agency at work. *Educational Research Review*, 10, 45–65. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2013.05.001>
- Giddens, A. (1979). *Central Problems in Social Theory. Action, Structure, and Contradiction in Social Analysis*. London: Macmillan.
- Hamid, M., & Baldauf, R. (2011). English and socio-economic disadvantage: learner voices from rural Bangladesh. *Language Learning Journal*, 39(2), 201–217. <https://doi.org/10.1080/09571736.2011.573687>
- Hitlin, S., & Elder, G. (2006). Agency: an empirical model of an abstract concept. *Advances in Life Course Research*, 11, 33–67. [https://doi.org/10.1016/S1040-2608\(06\)11002-3](https://doi.org/10.1016/S1040-2608(06)11002-3)
https://sociology.knu.ua/sites/default/files/library/elopen/visnyk03_16.pdf
- Humeniuk, V. V. (2020). Agentnist: mnozhynnist vyznachennia ta operatsionalizatsiia v konteksti shkilnoi osvity [Agency: Multiple definitions and operationalization in the context of school education]. *Naukovi zapysky NaUKMA. Sotsiologhiia [NaUKMA Research Papers. Sociology]*, 3, 27–36. <https://doi.org/10.18523/2617-9067.2020.3.27-36>
- Loyal, S., & Barnes, B. (2001). “Agency” as a Red Herring in Social Theory. *Philosophy of the Social Sciences*, 31, 507–524. <https://doi.org/10.1177/004839310103100403>
- Marope, M., Griffin, P., & Gallagher, C. (2017). Future Competences and the Future of Curriculum. A Global Reference for Curricula Transformation. https://fundaciobofill.cat/uploads/old-files/BOOK_COMPLETE_future_competences_and_the_future_of_curriculum.pdf
- Marshall, V. & Clarke, P. (2010). Agency and social structure in aging and life-course research. In D. Dannefer & C. Phillipson (Eds.), *The SAGE handbook of social gerontology* (pp. 294–305). London: SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446200933.n22>
- Mercer, S. (2011). Understanding learner agency as a complex dynamic system. *System*, 39(4), 427–436. <https://doi.org/10.1016/j.system.2011.08.001>
- Nikolaienko, L. (2012). Evoliutsiia perekholu vid sotsiolinhvistyky do sotsiolohii movy: sotsialno-hrupova struktura suspilstva v dzerkali sotsialnoi struktury movy [The evolution of the transition from sociolinguistics to sociology of language: the social group structure of society in the mirror of the social structure of language]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni T. Shevchenka [Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv]*, 3, 16–26.
- OECD. (2018). *The Future of Education and Skills. Education 2030*. Published under the responsibility of the Secretary-General of the OECD. [https://www.oecd.org/education/2030/E2030%20Position%20Paper%20\(05.04.2018\).pdf](https://www.oecd.org/education/2030/E2030%20Position%20Paper%20(05.04.2018).pdf)
- OECD. (2019). *Conceptual Learning Framework. Student Agency for 2030*. https://www.oecd.org/education/2030-project/teaching-and-learning/learning/student-agency/Student_Agency_for_2030_concept_note.pdf
- Ospychuk, A. D. (2015). Struktura, agentnist ta sotsialna systema v teorii strukturatsii Entoni Hiddensa [Structure, Agency, and Social System in Anthony Giddens' Structuration Theory]. *Hrani [Grani]*, 12, 74–79.