

ОСОБЛИВОСТІ СФОРМОВАНOSTІ НАРАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ КОРИСТУВАЧІВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Гуцол К.В. Особливості сформованості наративної компетентності користувачів соціальних мереж.

Анотація. У статті представлено емпіричне дослідження проблеми сформованості наративної компетентності користувачів популярних соціальних мереж. Показано, що в сучасному суспільстві соціальні Інтернет-мережі поступово трансформуються на користувацькі блогосфери. В умовах мережевої культури блог стає однією з варіацій дискурсивного декларування, конструювання досвіду особистості, новим типом автонаративу. Центральне місце в блозі займає авторський текст, що передбачає певний рівень сформованості наративної компетентності її автора: здатності виокремлювати та інтерпретувати наративні висловлювання Іншого, тобто, виявляти наративи в соціокультурних текстах (за текстом бачити наратив) та вибудовувати на цій основі власні наративні конструкти.

Показано, що атрибутивні форми наративного конструювання досвіду розрізняються в блогах користувачів різних Інтернет-мереж та платформ. У користувачів п'яти популярних соцмереж (YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, Telegram) виокремлено три основних (передсмисловий, смисловий та метасмисловий) і два перехідних рівні сформованості наративної компетентності. Визначено статистично значимі відмінності в сформованості рівня наративної компетентності між користувачами відеохостингу YouTube і соцмережі Instagram. Припущення щодо нерівномірності сформованості наративної компетентності в користувачів інших досліджуваних груп достовірно не підтверджено.

Обґрунтовано перспективність розроблення двох окремих модулів тренінгу розвитку наративної компетентності для користувачів соціальних мереж, що мають передсмисловий та смисловий рівні її сформованості.

Ключові слова: соціальні Інтернет-мережі, блог, блогер, блогосфера, наратив, наративна компетентність, рівні сформованості наративної компетентності.

Hutsol K.V. Features of formation of narrative competence of social networks users.

Abstract. *The article is an empirical study of the issue of formation of narrative competence of popular social networks users. The author demonstrates that social internet networks in contemporary society are gradually being transformed into users' blogospheres. Within network culture the blog becomes one of variations of discursive declaration, constructing of personality's experience, a new type of self-narrative. Author's text is in a middle of a blog, which requires a certain level of narrative competence of its author: ability to distinguish and interpret narrative statements of the Other, that is to identify narratives in sociocultural texts (see a narrative behind a text) and build their own narrative constructs based on that.*

The author shows that attributive forms of narrative construction of experience differ in blogs of users of different Internet networks and platforms. Users of five popular social networks (YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, Telegram) have three main (pre-semantic, semantic and meta-semantic) and two transitional levels of narrative competence. Statistically significant differences in formation of the level of narrative competence among users of YouTube video hosting and Instagram social network were identified. Assumptions about the uneven formation of narrative competence among users of other studied groups are not reliably confirmed.

The prospects of elaborating of two separate training modules for development of narrative competence for social networks users with pre-semantic and semantic levels of its formation are substantiated.

Key words: *social internet networks, blog, blogger, blogosphere, narrative, narrative competence, levels of formation of narrative competence.*

Постановка проблеми. У сучасному інформаційному суспільстві через принципове ускладнення комунікативних процесів та глибоке занурення пересічної людини в цифрове середовище все більшої актуальності набуває проблема дискурсивного конструювання досвіду особистості у віртуальному просторі, у контексті розв'язання якої спеціального дослідження потребує проблема опанування наративної компетентності користувачами соціальних мереж.

У період становлення та масового долучення людей до перших соцмереж, головним аргументом користувачів щодо вибору тієї чи іншої платформи була можливість спрощення процесу обміну інформації, а також об'єднання людей в групи однодумців. На сьогоднішній день соцмережі, відеохостинги та месенджери стали новою реальністю не тільки для конструювання соціальних зв'язків, а й простором самовираження та самоідентифікації особистості [4].

Певною мірою Інтернет-середовище надає особистості можливість зберігати інкогніто, що, у свою чергу, породжує можливість створення альтернативних Я-образів. Безтілесність стає однією з базових властивостей віртуальної ідентичності або «віртуальної особистості». Рухливість фреймів ідентичності та самосприйняття оформлюють нову дискурсивну реальність сучасності, яка характеризується множинністю, незавершеністю, поверхневістю та скороченням меседжів особистості.

Соціальні Інтернет-мережі поступово трансформуються на користувацькі блогосфери, де центральне місце займає авторський текст (пост) або поєднання тексту та зображень (відео, фото, анімованих gif-картинок, мемів тощо). Блогосфера може сприяти вибудовуванню самоідентичності особистості, як на індивідуальному, так і соціокультурному рівнях [7].

Так, блоги допомагають людині не тільки виражати поточні думки на актуальні теми, а й звертатись до збережених в автобіографічній пам'яті уривків минулого, спрямовуватись на формування бажаного Я-образу через діалог з розмаїттям «Інших». Отже, блог стає однією з варіацій дискурсивного декларування, конструювання досвіду особистості, новим типом автонаративу [5].

В умовах мережевої культури з її орієнтацією на публічність блог надає можливість людині повідомити про себе оточуючим. Виражаючи різні аспекти особистості, змінюючи її соціальний статус та факти біографії, соціальні мережі та блогосфера надають людині можливість експериментувати зі способами конструювання досвіду через оформлення профілю, аватару, інформації про користувача, створення повідомлень. Центральне місце в блозі займає авторський текст, що передбачає певний рівень сформованості наративної компетентності її автора, сформованість у нього здатності виокремлювати та інтерпретувати наративні висловлювання Іншого [6], тобто, виявляти наративи в соціокультурних текстах (за текстом бачити

наратив) та вибудовувати на цій основі власні наративні конструкти [5, 7, 8].

Атрибутивні форми наративного конструювання досвіду розрізняються в блогах різних Інтернет-мереж та платформ, що, у свою чергу, зумовлює **мету статті**: визначити особливості сформованості наративної компетентності користувачів популярних соціальних мереж.

Методика дослідження. Для досягнення мети нами було сплановано і проведено експериментальне дослідження визначення рівнів сформованості наративної компетентності респондентів за авторською методикою, що включає: підбір необхідного наративного матеріалу для опрацювання респондентами; розробку діагностичних завдань до обраних текстів; алгоритм визначення в особистості певного рівня сформованості зазначеної компетентності; залучення групи експертів для визначення рівнів наративної компетентності респондентів. Діагностичний блок складався з 14 завдань, які було розроблено з урахуванням запропонованих нами критеріїв сформованості наративної компетентності особистості на кожному з трьох основних (передсмісловому, смисловому, метасмісловому) та двох проміжних рівнях [1].

Вибірку учасників дослідження склали 150 осіб – активних користувачів соціальних мереж віком від 18 до 57 років (86 жінок та 64 чоловіки). Респондентів було умовно об'єднано в 5 груп по 30 осіб у кожній залежно від їхніх уподобань та ступеня користувацької активності в соціальних мережах:

- YouTube-блогери;
- Instagram-блогери;
- TikTok-блогери;
- Facebook-блогери;
- Telegram-блогери.

Такий розподіл респондентів був спричинений нашим припущенням про нерівномірність сформованості наративної компетентності в блогерів, які є користувачами різних соціальних мереж.

У такому разі, виокремлення тенденцій розвитку наративної компетентності цих респондентів зумовило б визначення цільової аудиторії тренінгу – блогерів певних соціальних мереж, які мають більш низький рівень сформованості наративної компетентності і, в першу чергу, потребують його підвищення.

Виходячи з цього припущення, для досягнення мети дослідження, нами було поставлено завдання схарактеризувати особливості сформованості наративної компетентності в активних користувачів популярних соціальних мереж.

Обговорення результатів експериментального дослідження.

Задля зручності та наочності висвітлення результатів статистичного аналізу даних щодо розподілу представників вищезазначених професійних груп за рівнями сформованості їхньої наративної компетентності, вибіркам присвоєно коди: 1 – Facebook; 2 – YouTube; 3 – Telegram; 4 – TikTok; 5 – Instagram.

Відповідно до теоретичної моделі дослідження та результатів розробки й апробації методичного інструментарію визначення рівнів наративної компетентності, у респондентів було продіагностовано три основні (передсмісловий, смисловий, метасмісловий) та два проміжні, перехідні (передсмісловий-смисловий, смисловий-метасмісловий) рівні сформованості наративної компетентності особистості [1, 2, 3], яким, задля зручності та наочності висвітлення результатів статистичного аналізу, було присвоєно такі ранги: 1 – передсмісловий; 1,5 – передсмісловий-смисловий; 2 – смисловий; 2,5 – смисловий-метасмісловий; 3 – метасмісловий. У таблиці 1 наведемо результати статистичного аналізу комбінацій цих груп за рівнем сформованості наративної компетентності їх учасників.

Таблиця 1. Результати статистичного аналізу комбінацій різних груп користувачів соціальних мереж за рівнем сформованості наративної компетентності їх учасників

		Рівень наративної компетентності (НК)					Всього
		передсмісло- вий	передсмісло- вий- смісловий	смісловий	смісловий- метасміслов- ий	метасміслов- ий	
Група "Facebook "	Кількість	6	2	12	3	7	30
	% в Група	20,0%	6,7%	40,0%	10,0%	23,3%	100,0%
	% в Рівень НК	17,1%	14,3%	21,1%	30,0%	20,6%	20,0%
	% загального підсумку	4,0%	1,3%	8,0%	2,0%	4,7%	20,0%

"YouTube"	Кількість	5	1	13	1	10	30
	% в Група	16,7%	3,3%	43,3%	3,3%	33,3%	100,0%
	% в Рівень НК	14,3%	7,1%	22,8%	10,0%	29,4%	20,0%
	% загального підсумку	3,3%	0,7%	8,7%	0,7%	6,7%	20,0%
"Telegram"	Кількість	8	3	11	1	7	30
	% в Група	26,7%	10,0%	36,7%	3,3%	23,3%	100,0%
	% в Рівень НК	22,9%	21,4%	19,3%	10,0%	20,6%	20,0%
	% загального підсумку	5,3%	2,0%	7,3%	0,7%	4,7%	20,0%
"TikTok"	Кількість	7	3	11	2	7	30
	% в Група	23,3%	10,0%	36,7%	6,7%	23,3%	100,0%
	% в Рівень НК	20,0%	21,4%	19,3%	20,0%	20,6%	20,0%
	% загального підсумку	4,7%	2,0%	7,3%	1,3%	4,7%	20,0%
"Instagram"	Кількість	9	5	10	3	3	30
	% в Група	30,0%	16,7%	33,3%	10,0%	10,0%	100,0%
	% в Рівень НК	25,7%	35,7%	17,5%	30,0%	8,8%	20,0%
	% загального підсумку	6,0%	3,3%	6,7%	2,0%	2,0%	20,0%

Аналіз результатів, наведених у таблиці 1, свідчить, що серед користувачів соцмережі Facebook:

– передсмисловий рівень сформованості нарративної компетентності було визначено в 6 осіб, що становить 20,0 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– передсмисловий-смісловий рівень сформованості нарративної компетентності було визначено в 2 осіб, що становить 6,7 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– смисловий рівень сформованості нарративної компетентності було визначено в 12 осіб, що становить 40,0 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– смисловий-метасмисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 3 осіб, що становить 10,0 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– метасмисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 7 осіб, що становить 23,3 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи.

Серед користувачів відеохостингу YouTube:

– передсмисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 5 осіб, що становить 16,7 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– передсмисловий-смисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 1 особи, що становить 3,3 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– смисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 13 осіб, що становить 43,3 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– смисловий-метасмисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 1 особи, що становить 3,3 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– метасмисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 10 осіб, що становить 33,3 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи.

Серед користувачів месенджера Telegram:

– передсмисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено у 8 осіб, що становить 26,7 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– передсмисловий-смисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 3 осіб, що становить 10,0 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– смисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 11 осіб, що становить 36,7 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– смисловий-метасмисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 1 особи, що становить 3,3 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– метасмисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 7 осіб, що становить 23,3 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи.

Серед користувачів відеохостингу TikTok:

– передсмисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 7 осіб, що становить 23,3 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– передсмисловий-смісловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 3 осіб, що становить 10,0 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– смисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 11 осіб, що становить 36,7% від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– смисловий-метасмисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 2 осіб, що становить 6,7 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– метасмисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 7 осіб, що становить 23,3 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи.

Серед користувачів соцмережі Instagram:

– передсмисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 9 осіб, що становить 30,0 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– передсмисловий-смісловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 5 осіб, що становить 16,7 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– смисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 10 осіб, що становить 33,3% від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– смисловий-метасмисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 3 осіб, що становить 10,0 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи;

– метасмисловий рівень сформованості наративної компетентності було визначено в 3 осіб, що становить 10,0 % від загальної кількості респондентів цієї підгрупи.

Виходячи з вищевикладеного, було знайдено статистичне підтвердження попередньо передбачуваним відмінностям та визначено вплив рівня сформованості наративної компетентності респондентів (незалежна змінна) на їх приналежність до однієї з п'яти вищенаведених груп (залежна змінна) за допомогою дисперсійного аналізу за методом Фішера.

Тест Ливеня показав, що статистично достовірних відмінностей між дисперсіями вибірок не виявлено ($p \leq 0,989$), що вказує на правомірність застосування дисперсійного аналізу.

Результати ANOVA вказують на відсутність впливів рівня сформованості нарративної компетентності на приналежність до певної групи ($p \leq 0,267$).

З іншого боку, графік середніх показує досить широкий розмах кривої за сформованим рівнем нарративної компетентності в різних досліджуваних групах (див. Рис. 1).

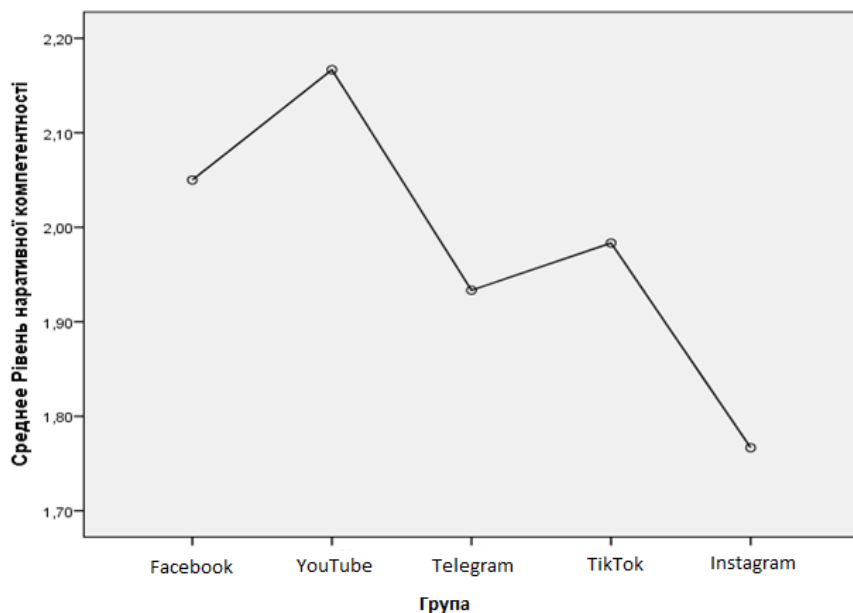


Рис. 1. Графік середніх за рівнями нарративної компетентності представників різних підгруп.

Було здійснено спробу встановити відмінності в розвитку рівня нарративної компетентності між вищезазначеними групами. Оскільки рівень нарративної компетентності має незначну градацію (від 0 до 3), правомірним є використання непараметричного критерію U-Манна-Вітні, який дозволяє порівнювати вибірки попарно.

За результатами застосування непараметричного критерію U-Манна-Вітні, статистично значимі відмінності в сформованості рівня

нарративної компетентності виявлено лише між двома групами: користувачі відеохостингу YouTube і користувачі соцмережі Instagram. При цьому зазначимо, що рівень достовірності встановлених відмінностей не досягає високої статистичної значимості ($p \leq 0,029$).

Висновки. В умовах мережевої культури блог стає однією з варіацій дискурсивного декларування, конструювання досвіду особистості, новим типом автонаративу. Центральне місце в блозі займає авторський текст, що передбачає певний рівень сформованості нарративної компетентності її автора.

Результати експериментального дослідження показали статистично значимі відмінності в сформованості рівня нарративної компетентності лише між двома групами: користувачі відеохостингу YouTube і користувачі соцмережі Instagram. Проте незважаючи на виокремлені відмінності між сформованістю нарративної компетентності в досліджуваних групах, наше припущення щодо нерівномірності її сформованості в користувачів популярних соціальних мереж достовірно не підтвердилося, а наш попередній намір спрямувати тренінг розвитку нарративної компетентності на одну з п'яти вищезазначених груп користувачів мережі Інтернет виявився необґрунтованим. У цьому контексті, досягнення більшої ефективності розвитку нарративної компетентності користувачів соціальних мереж ми вбачаємо в розробленні двох окремих модулів тренінгу для осіб, які мають передсмысловий та смысловий рівні її сформованості.

Література

1. Гуцол, К. В. (2019). Діагностика сформованості рівнів нарративної компетентності особистості. В *Особистісні та ситуативні детермінанти здоров'я: матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції* (22 листопада 2019 р.) (с. 77–81). Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса.

2. Гуцол, К. В. (2017). Нарративна компетентність у межах психологічної герменевтики. *Сучасна освіта та інтеграційні процеси: збірник наукових праць міжнародної науково-методичної конференції*, 22-23 листопада 2017 р., м. Краматорськ (д-р техн. наук., проф. С. В. Ковалевський, Ред.) (с. 53–55). Краматорськ: ДГМА.

3. Гуцол, К. В. (2017). Теоретико-методологічні основи дослідження нарративної компетентності особистості. *Актуальні*

проблеми психології : зб. наук. пр. Ін-ту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. Т. II: Психологічна герменевтика, 10, 167–185.

4. Козлова, Н. С. (2012). Самопрезентація личности в условиях виртуальной коммунікації (на примері німецько-язычних блогів). *Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика*, 25, 114.

5. Сенченко, Н. А. (2015). Блог как способ нарративного конструирования идентичности в условиях сетевой культуры. *Евразийский союз ученых*. 4 (17), 100–102.

6. Чепелева, Н. В. (2017). Розуміння – Інтерпретація – Тлумачення. *Технології розвитку інтелекту*, Т. 2, 6 (17). Режим доступу: http://psytir.org.ua/index.php/technology_intellect_develop/article/view/301

7. Boyd, D. A (2006). Blogger's Blog : Exploring the Definition of a Medium. *Reconstruction*, 6. Retrieved from: <http://www.danah.org/papers/ABloggersBlog.pdf>

8. Schiffrin, D. (2006). In Other Words: Variation in Reference and Narrative. Cambridge: Cambridge University Press.

References

1. Hutsol, K. V. (2019). Diahnostyka sformovanosti rivniv naratyvnoyi kompetentnosti osobystosti [Diagnosis of the formation of levels of narrative competence of the individual]. In *Osobystisni ta sytuatyvni determinanty zdorovya: materialy IV Vseukrayinskoï naukovo-praktychnoyi konferentsiyi (22/11/2019) – Personal and situational determinants of health: a collection of the IV All-Ukrainian scientific-practical conference (November 22, 2019)* (pp. 77–81). Vinnytsya: Donetsk natsionalny universytet imeni Vasylya Stusa. [in Ukrainian].

2. Hutsol, K. V. (2017). Naratyvna kompetentnist u mezhakh psykholohichnoyi hermenevtyky [Narrative competence within psychological hermeneutics]. In *Suchasna osvita ta inteɦratsiyini protsesy: zbirnyk naukovykh prats mizhnarodnoyi naukovo-metodychnoyi konferentsiyi (22-23/11/2017) – Modern education and integration processes: a collection of scientific papers of the international scientific-methodical conference, November 22-23, 2017* /S. V. Kovalevski (Ed.) (pp.53–55). Kramatorsk: DHMA. [in Ukrainian].

3. Hutsol, K. V. (2017). Teoretyko-metodolohichni osnovy doslidzhennya naratyvnoyi kompetentnosti osobystosti [Theoretical and

methodological foundations of the study of narrative competence of the individual]. *Aktualni problemy psykholohiyi: zb. nauk. pr. In-tu psykholohiyi imeni H. S. Kostyuka NAPN Ukrayiny. Psykholohichna hermenevtyka – Actual problems of psychology: coll. Science. G. S. Kostyuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine, Vol. II. 10*, 167–185. [in Ukrainian].

4. Kozlova, N. S. (2012). Samoprezentatsiya lichnosti v usloviyakh virtual'noy kommunikatsii (na primere nemetsko-yazychnykh blogov) [Self-presentation of personality in the context of virtual communication (on the example of German-language blogs)]. *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya : Lingvistika. – Bulletin of the South Ural State University. Series: Linguistics*, 25, 114. [in Russian].

5. Senchenko, N. A. (2015). Blog kak sposob narrativnogo konstruirovaniya identichnosti v usloviyakh setevoy kul'tury [Blog as a way of narrative construction of identity in a network culture]. *Yevraziyskiy soyuz uchenykh – Eurasian Union of Scientists*, 4 (17), 100–102. [in Russian].

6. Chepeleva, N. V. (2017). Rozuminnya – Interpretatsiya – Tlumachennya. [Understanding – Interpretation – Interpretation]. *Intelligence development technologies – Technologies of intellect development*, Vol. 2, 6 (17). Retrieved from http://psytir.org.ua/index.php/technology_intellect_develop/article/view/301 [in Ukrainian].

7. Boyd, D. A. (2006). Blogger's Blog: Exploring the Definition of a Medium. *Reconstruction*, 6. Retrieved from <http://www.danah.org/papers/ABloggersBlog.pdf>

8. Schiffrin, D. (2006). *In Other Words: Variation in Reference and Narrative*. Cambridge: Cambridge University Press.

Актуальні проблеми психології. Т.2. 2021. Вип. 13.

Actual problems of psychology: coll. science. G.S. Kostyuk Institute of Psychology, National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Volume II, Issue 13, 2021.

ISSN 2072-4772