

Инстаграм-публикация как малоформатный поликодовый текст в роли мотивационного инструмента на уроке английского языка

Выполнила: студентка 1521д группы
Гайдичар Анастасия Павловна

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент
Кулакова Татьяна Александровна

Предметом исследования являются особенности малоформатного поликодового текста.

Объектом — публикации в англоязычных аккаунтах социальной сети Инстаграм.

Цель — исследование характеристик Инстаграм-публикации аутентичных англоязычных аккаунтов как поликодовых текстов и возможность их использования в качестве мотивационного инструмента при обучении английскому языку.

Задачи:

1. изучить теоретические основы проблематики поликодовых текстов;
2. сформировать понятийный аппарат исследования;
3. определить черты Инстаграм-публикации, позволяющие отнести ее к классу поликодовых текстов;
4. выявить особенности Инстаграм-публикации как малоформатного поликодового текста, делающие ее особенно привлекательной и интересной для детей и подростков, изучающих английский язык, то есть превращающие ее в полноценное средство мотивации к овладению языком;

5. провести социологический опрос среди учащихся средней школы для выявления их сфер интересов в интернете;
6. составить банк аутентичных англоязычных аккаунтов, которые могли бы быть использованы учителем английского языка в качестве дополнительного материала при освоении тех или иных тем.

Актуальность данной работы обусловлена интересом лингвистов к проблематике негомогенных текстов, малоизученность особенностей таких текстов в социальных сетях, в частности в Инстаграм, а также отсутствия опыта применения в обучении английскому языку такого инструмента как Инстаграм-публикация.

Практическая значимость данной работы заключается в возможности использования полученных результатов и сформированного аутентичного банка аккаунтов и публикаций в этих аккаунтах на уроках английского языка в школе, а также использовать результаты работы в дальнейшем анализе поликодовых текстов в Инстаграм.

Практическим материалом для исследования послужили публикации англоязычных аккаунтов в социальной сети инстаграм за 2019 и 2020 годы.

Современные средства коммуникации и распространенность сети Интернет приводят к тому, что превалирующим средством получения и передачи информации становится неомогенный печатный текст. Возникшая коммуникативная ситуация требует новых, гибридных типов представления информации, которые будут доступны широкой аудитории.

В настоящее время центральное положение занимают визуализированные тексты, размещенные на цифровых платформах, воспроизводимые на экране.

Наше линейное традиционное восприятие постепенно меняется на восприятие через цифровые электронные средства. Именно поэтому большое внимание уделяется способам коммуникации, включающим в себя разнообразие семиотических кодов.



Преодолевая одномерность, мысль приобретает возможность движения и перехода в другие измерения. Соответственно, появляются более сложные нелинейные тексты, которые представляют интерес для современных исследователей языка. Такие тексты чаще всего встречаются в интернет-пространстве.

Глобальные изменения в интернет-дискурс внесло распространение первых социальных сетей в англоязычном пространстве в 2003 году, таких как LinkedIn, MySpace и Facebook.

Социальная сеть – это онлайн-сервис для построения и организации социальных отношений в Интернете. Благодаря таким платформам, можно беспрепятственно поддерживать общение с пользователями со всего мира, а также делиться информацией.



Для обозначения семиотически сложных текстовых образований в современной лингвистике специалисты используют разные термины. Наиболее часто встречаемые «креолизованный текст» и «поликодовый текст».

Креолизованные тексты — это тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык). Данное определение было выделено двумя лингвистами, Ю.А. Сорокиным и Е.Ф. Тарасовым.

Поликодовые тексты, в семиотически широком смысле — тексты, сочетающие естественный языковой код с кодом какой-либо иной семиотической системы, например, изображение, видео, музыка и т.п. Г.В. Ейгер и Л.В. Юхт впервые вывели данное определение, которое столь популярно среди современных исследователей, изучающих различные типы текстов.



Термин «поликодовый текст», который возник в более широком семиотическом контексте, изначально лишен ограничений, связанных с вербальностью его компонентов и обеспечивает бóльшую глубину анализа. Соответственно, это понятие шире и в большей мере подходит для определения подобных синкретических сообщений (текстов), получивших большое распространение в интернете и рассматриваемой в данной работе социальной сети Инстаграм.

За рабочий термин в нашем исследовании мы берем термин «поликодовый текст» для обозначения текстов, сочетающих знаки двух и более семиотических систем.



В разных поликодовых текстах количество знаковых систем неодинаково. В качестве примера поликодового текста [Л.С. Большакова](#) говорит о видеоклипе, выделяя в нем три составляющие: иконическую, вербальную и мелодическую. Автор утверждает, что в современном коммуникационном пространстве видеоклип перестал быть «видеорядом», это организованное текстовое единство, в котором его компоненты могут находиться во взаимосвязи.

Интерес лингвистики к текстам, сочетающим взаимодействие языковых, аудиальных и визуальных семиотических знаков является, как пишет [В.Е. Чернявская](#), «следствием и отражением поликодового характера человеческой коммуникации на современном этапе.»



Говоря о поликодовости стоит упомянуть такой процесс как кодирование. Коды в контексте рассматриваемого вопроса — это знаки и символы, которые переводят идею коммуникатора на язык, понятный реципиенту. В свою очередь кодирование — это выбор определенной речевой структуры текста. При создании текста автору следует подбирать такие коды семиотических систем, которые будут адекватно и доступно передавать информацию. Соответственно декодируемость текста — один из параметров его успешности. В своей диссертации данный вопрос рассматривает [О.Т. Гаспарян](#): «Декодируемость подразумевает понимание адресатом текста и способность вычленить из него ключевую информацию.»



Негомогенные тексты очень разнообразны, однако, все они имеют ряд характеристик, на основе которых могут быть классифицированы. [О.В. Пойманова](#) предложила собственную классификацию видеовербального (в ее терминологии) текста:

1. По степени гетерогенности:

- нулевая (чисто вербальный или чисто иконический текст);
- ненулевая (сочетание вербальных и иконических компонентов).

2. По характеру иконичности компонента

- статичный (реклама в журнале, плакат);
- динамичный (рекламный ролик на телевидении, фильм).

3. По характеристике вербального компонента:

- устный (включающий живую речь или запись этой речи с помощью технических средств);
- письменный (представленный рукописным или печатным вариантами).



Таким образом, публикация в Инстаграм, благодаря возможностям сочетания видео, фото, музыки, печатного текста и разных знаков, в т.ч. идеограмм и смайликов, по степени гетерогенности является ненулевой.

По характеру иконичности компонента можно выделить как статичную (при отсутствии видеозаписи), так и динамичную публикацию.

С точки зрения характеристики вербального компонента публикация в Инстаграм может быть устная, письменная и также может сочетать устный и письменный компоненты.

Исходя из этого можно сделать вывод, что публикация в Инстаграм — поликодовый текст нового уровня, так как сочетает в себе несколько характеристик одновременно, которые ранее были чаще всего взаимоисключающими.



Объем поликодового текста различен и ограничен вместимостью ресурса, т.е. допустимым объемом, на котором он размещен. Поликодовые тексты в социальных сетях относятся к малоформатным текстам. Лингвисты по-разному определяют объем таких текстов. Так например, специалист в области лингвистики текста [О.И. Таюпова](#), предположила, что в среднем такой текст имеет не более 1500 печатных знаков. Число слов будет варьироваться от языка к языку, однако, если соизмерить эту цифру с английским языком, число слов будет составлять около 160.

Социальная сеть Инстаграм имеет ограничение в 2200 символов на одну публикацию, однако это количество включает также пробелы и другие знаки, что позволяет отнести публикацию к классу малоформатных текстов.

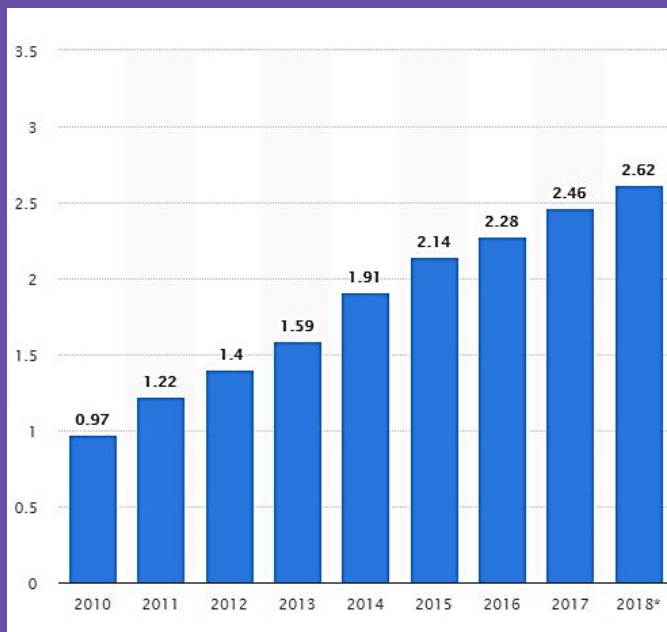


В эпоху популяризации социальных сетей всё меньше людей пользуются электронными письмами и всё больше выбирают сервисы мгновенных сообщений, например, WhatsApp, а также социальные сети, которые совмещают в себе не только возможность общаться, но и загружать и просматривать мультимедиа файлы и носят познавательный и развлекательный характер.

Для начала давайте обратимся к мировой статистике использования социальных сетей. Популярный немецкий портал, занимающийся маркетинговыми исследованиями и бизнес аналитикой в более чем 50 странах, [Statista](#), публикует следующую статистику использования социальных сетей.



Количество пользователей социальных сетей по всему миру с 2010 по 2018 год (в миллиардах)



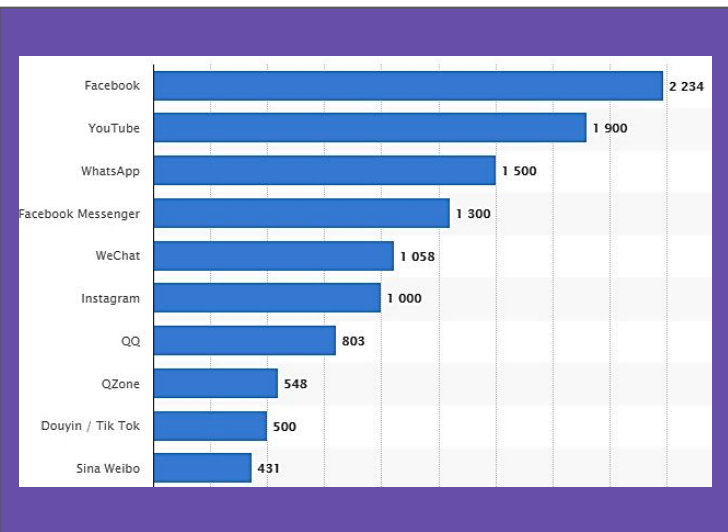
Как мы видим, количество пользователей социальных платформ возросло практически в 3 раза с 2010 года. По прогнозам портала Statista число пользователей достигнет 3 миллиардов человек к 2021 году.

Возникает вопрос, какие социальные сети самые популярные среди мировой аудитории? Обратившись к вышеупомянутому portalу Statista, мы имеем следующие данные.

Эта статистика предоставляет информацию о самых популярных сетях мира по состоянию на январь 2020 года, ранжированных по количеству активных аккаунтов в месяц. Шестое по счету – приложение для обмена фотографиями Инстаграм, с 1 миллиардом активных аккаунтов ежемесячно. Целью нашего исследования является изучение особенностей текстов в социальной сети Инстаграм, так как на данный момент она является быстроразвивающейся, популярной, доступной социальной платформой для общения, ведения бизнеса, обучения и самовыражения.

Мы выбираем данную соцсеть, потому что Инстаграм находится среди лидеров мирового рейтинга соцсетей, где используются тексты.

Самые популярные социальные сети в мире по состоянию на январь 2020 года, ранжированные по количеству активных пользователей (в миллионах)





«Instagram – социальная сеть, созданная в 2010 году, для обмена и оценки фотографий и коротких видеороликов. На 2018 год число зарегистрированных пользователей составляет 1,1 млрд человек, каждый шестой житель планеты имеет свой инстаграм-аккаунт.» (Википедия)

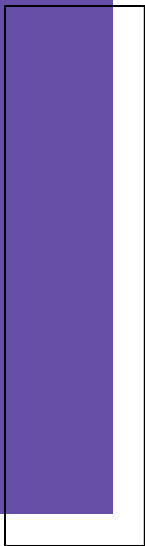
Кевин Систром, американский программист и предприниматель, изначально создал Инстаграм как ресурс для обмена фотографиями и короткими видеозаписями, но с течением времени данная социальная сеть превратилась в мощный механизм, объединяющий в себе множество сфер современных реалий. Так, помимо личных страниц, на которых люди делятся запечатленными моментами из своей жизни, активно появляются и другие типы аккаунтов, например, из бизнес-сферы. За последний год стало актуальным создавать личный бренд и делиться личными историями со своей аудиторией, вызывая подписчиков на диалог.

По состоянию на январь 2020 года Соединенные Штаты возглавляют рейтинг стран с наибольшим количеством пользователей Инстаграм, 120 активных миллионов пользователей. Среди лидеров также две страны, в которых английский язык признан официальным – Соединенное Королевство и Индия.

Публикация в Инстаграм — яркий пример малоформатного поликодового текста. Возможности данной социальной сети позволяют публиковать текст, фото и видео в рамках одного поста. Таким образом, публикация в Инстаграм сочетает естественный языковой код с кодом иных семиотических систем, например, изображений, видео, музыки и т.п.

Именно англоязычные публикации в Инстаграм и их особенности представляют исследовательский интерес в нашей работе.





Практический интерес нашего исследования представляет возможность и продуктивность использования публикации в Инстаграм на уроках английского языка. Одной из наиболее активных аудиторий в социальных сетях являются школьники.

Мы провели [опрос](#) среди учащихся 3-11 классов, чтобы выявить популярность социальных сетей среди школьников, в частности, популярности Инстаграм, а также детерминировать популярные типы аккаунтов. Результаты опроса помогут нам сформировать актуальный банк англоязычных аккаунтов и публикаций, которые будут мотивировать учеников изучать английский язык и поддерживать интерес к той или иной теме в рамках школьной программы изучения английского языка.

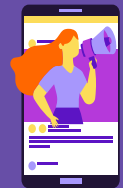
Всего в опросе приняли участие 149 учащихся г. Барнаула и Новоалтайска. С подробными результатами можно ознакомиться по [гиперссылке](#). Опрос показал, что 99,3% респондентов имеют аккаунт хотя бы в одной из социальных сетей. Самой популярной оказалась социальная платформа Вконтакте.



Вконтакте популярна в основном среди русскоязычной аудитории, хоть и доступна более чем на 90 языках, поэтому она не представляет практического интереса в рамках данной работы. На втором месте у школьников оказалась соцсеть Инстаграм, 20.4% участвовавших в опросе школьников проводят большинство времени онлайн именно там.

Для лучшего понимания интересов нашей целевой аудитории, учащихся, мы задали вопросы, почему они проводят свое время в Инстаграм, какие аккаунты вызывают у них наибольший интерес и отклик.

Согласно полученным данным Инстаграм популярен как ресурс для развлечения (86 человек), средство общения (80), способ самовыражения (70), также интересно отметить, что 31 респондент использует данную соцсеть для самообразования и 28 для ведения собственного личного блога. Большинство школьников отдадут предпочтение блогерам и знаменитостям (86), творческим аккаунтам (74), развлекательным профилям со смешными подборками и мемами (60). Также среди популярных можно отметить тематику спорта и путешествий.



На основе полученных данных мы сформировали [банк аккаунтов](#), публикации в которых могут быть использованы на уроках английского языка в рамках определенных тем как дополнительные материалы или отдельные задания на основе публикации. Данные малоформатные поликодовые тексты будут служить отличным дополнением к однотипным заданиям. Знакомый интерфейс социальной сети Инстаграм даст возможность ученикам почувствовать себя увереннее, а также поддержит интерес к изучению иностранного языка. Также применение такого задания как работа с Инстаграм-публикацией на уроке развеет представление учащихся о монотонности и однообразии хода урока, лишней раз наглядно покажет практическую значимость и важность изучения английского языка в современном социуме.



На следующем слайде мы разместили 4 примера малоформатных поликодовых текстов из социальной сети Инстаграм, которые могут быть использованы в рамках тем еда и страноведение на уроках английского языка. Эти публикации предназначены для разных ступеней изучения иностранного языка. Каждая публикация содержит знаки разных семиотических систем, яркая картинка и привлекательные видео с приятной музыкой дополняют текст. Такие поликодовые тексты также характеризуются достаточно легкой декодируемостью, то есть доступны для понимания реципиентом, так как автор публикации ориентируется на свою целевую аудиторию при подборе знаков, символов и других компонентов публикации в своем аккаунте.

Во многих публикациях авторы призывают, например, к дискуссии в комментариях или к обратной связи. Например, в публикации 1 со следующего слайда автор просит назвать как можно больше устойчивых выражений, связанных с едой. Это можно также использовать в ходе урока, а также расширить и сравнить культурные и языковые явления изучаемого языка со своим, т.е. вспомнить такие пословицы и фразеологизмы на родном языке.





 **britishenglishtutor** • Follow
Windsor, Ontario

 **britishenglishtutor** 🍪 PRETZELS

1) Pretzels are a common snack in North America, especially if you are at a sports game or going to the cinema. You can buy them in the UK but they're not as popular. I think they're delicious! 🍪

🇬🇧 Today's task: try and write as many food idioms as you know down in the comments!

 **nickelodeonuk** • Follow

 **nickelodeonuk** • important question: does pineapple belong on a pizza?
Brand new show It's Pony starts Monday from 4pm 🍌🍌🍌 (it's way better than pineapple pizza)
#ItsPony #Nickelodeon

2w



 **noa_is_the_way** Yeah

2w 1 like Reply

 **sydney.reese.irardy** Yes

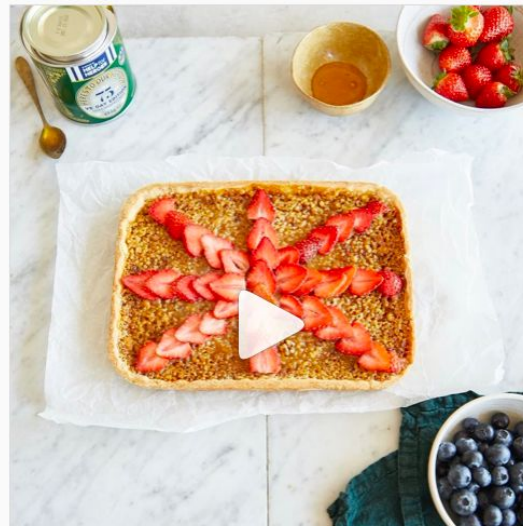
 **nickelodeonuk** 6,251 likes
APRIL 19

3)



Mum ordered a pizza...

pineapple pizza



 **izyhosack** • Follow

2) izyhosack (AD) Treacle tart is a classic, British comfort bake (I'm craving all the nostalgic foods at the mo!) with the unmistakable flavour of @lylesgoldensyrup as a key, delicious feature. The filling is usually set with eggs but, in these eggless times, I've gone a different route using cornflour instead. It also, handily, uses breadcrumbs as the filling (which I'm sure you'll have a lot of since everyone is making sourdough at the mo 🍌🍌). You don't even necessarily need flour as the shortcrust pastry can just be bought from the shops! . I've decorated mine with blueberries and strawberries in the shape of the 🇬🇧 for VE day, which has its 75th

 **shane_feldman** • Follow
宗胡

TALKING FOOD & COMMUNITY WITH A 2-MICHELIN STAR CHEF



 **shane_feldman** • I just had a HUGE realization, and it happened in a kitchen of all places. Do you know the biggest difference between Japanese 🇯🇵 and French 🇫🇷 cooking?

While in Tokyo, I had the honor of cooking with two-star Michelin Chef, Daisuke Nomura. Chef Masuda, and their team at @tokyo_cook have trained more than 50 professional chefs(!!!) from around the world on Japanese cuisine.

I learned a lot about the art of Japanese cooking and Shojin Ryori (Buddhist vegetarian food), but the best part was hearing all about Chef

 **shane_feldman** 118 likes
DECEMBER 23, 2019



4)

Созданный нами [банк аккаунтов](#) может быть использован и пополнен учителями английского языка самостоятельно. Однако, мы бы хотели обратить особое внимание на подбор контента для учащихся. Публикация и все ее составляющие (текст, фото, видео, музыка, символы) должны быть тщательно отобраны в соответствии с нормами морали и нравственности. Ненормативный контент и угрожающие неустойчивой детской психике материалы недопустимы в работе со школьниками. Также особое внимание стоит обращать на выбор блогеров, несмотря на то, что они считаются лидерами мнений, блогеры могут транслировать информацию, которая может негативно сказываться на формировании мнения учащихся. Поэтому выбор допустимых профилей публикаций и аккаунтов важная и сложная задача. Лучше всего выбирать семейные аккаунты, аккаунты детей и подростков, профили книжных и журнальных издательств и пр.



Социальная сеть Инстаграм является одной из самых популярных среди англоязычных пользователей сети Интернет, а также пользуется популярностью среди российских школьников.

Публикация в Инстаграм — малоформатный поликодовый текст, который может быть использован как мотивационный инструмент на уроках английского языка. Особенности и возможности таких текстов разнообразят деятельность учащихся на уроках английского языка, расширят их кругозор и повысят заинтересованность в изучении иностранного языка.

Возможности и разнообразие таких текстов могут служить дополнительным материалом на уроках, а также использоваться в качестве опоры для составления интересных заданий или нетрадиционных форм урока.

Результаты данной работы также могут быть использованы в дальнейшем анализе поликодовых текстов в Инстаграм.



Список использованной литературы:

- 1) Большакова Л.С. О содержании понятия «поликодовый текст» // Вестн. Новг. гос. ун-та. Сер.: История. Филология. 2008. No 49. С. 48–51. \
- 2) Гаспарян О.Т. Интенциональные стратегии современного рекламного дискурса: Дисс... к. ф.н. М., 2017. С. 55–56.
- 3) Ейгер Г.В., Юхт Л.В. // Лингвистика текста: материалы научной конференции при МГПИИЯ им. М. Тореца. Ч.1 - М., 1974, С 103 - 109
- 4) Пойманова О.В. Семантическое пространство видеовербального текста: Автореф. дисс. ... к.ф.н. — М., 1997.
- 5) Сонин А.Г., Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления / А.Г. Сонин // Вопросы языкознания. М., - 2005, No6. С 115 - 123.
- 6) Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия: сб. ст. / отв. ред. Р.Г. Котов. М.: Наука, 1990. С. 180–186.
- 7) Таюпова, О.И. Коммуникативно-прагматическое варьирование в малоформатных прозаических текстах современного немецкого языка : Дисс. ... д.ф.н : 10.02.04. - Уфа, 2005.
- 8) Чернявская В. Е. Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность: учеб. пособие. М.: Книжный дом "ЛИБРОКОМ", 2009. 248 с.

