

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ТВИТТЕР И ИНСТАГРАМ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ: МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Власкина В.Ю.

Национальный исследовательский Томский государственный университет (634050, г. Томск, пр. Ленина, 36), e-mail: valeria.vlaskina@aiesec.net

Статья посвящена исследованию образовательного потенциала социальных сетей Твиттер и Инстаграм в контексте обучения иностранным языкам. Актуальность данной работы обусловлена, в первую очередь, востребованностью социальных сетей в качестве образовательных пространств, в том числе и в обучении иностранным языкам. Анализ литературы показал необходимость разработки практических рекомендаций по организации и ведению обучающих иностранным языкам Твиттер и Инстаграм-страниц, т.к. большинство исследований рассматривают социальные сети как полезный инструмент интенсификации и индивидуализации обучения иностранному языку, а не самостоятельную образовательную площадку, на которой может быть организовано обучение иностранному языку. В статье описывается методика исследования Твиттер и Инстаграм-страниц, включая критерии, выделенные для их отбора и анализа. В фокусе исследовательского интереса находятся подходы к организации и ведению обучающих иностранным языку Твиттер и Инстаграм-страниц. Также они анализируются с точки зрения предлагаемого обучающего контента и предоставляемой пользователями обратной связи. Полученные результаты позволят разработать соответствующие методические рекомендации, отражающие специфику организации и ведения обучающих иностранным языку страниц в социальных сетях Твиттер и Инстаграм.

Ключевые слова: образовательный потенциал, обучение иностранным языкам, социальные сети, Твиттер, Инстаграм.

EDUCATIONAL POTENTIAL OF THE TWITTER AND INSTAGRAM SOCIAL NETWORKS IN TEACHING FOREIGN LANGUAGES: THE RESEARCH METHODOLOGY

Vlaskina V.Yu.

National Research Tomsk State University (36, Lenin Avenue, Tomsk, 634050), e-mail: valeria.vlaskina@aiesec.net

The article is devoted to the study of educational potential of the Twitter and Instagram social networks in the context of teaching foreign languages. In the first instance, the relevance of this work is determined by the demand for social networks as educational spaces, including teaching foreign languages. Analysis of the literature showed the need to develop practical recommendations for creating and managing Twitter and Instagram pages focusing on teaching foreign languages, since most studies consider social networks as a useful tool for intensification and individualization of teaching a foreign language, rather than an independent educational platform where learning a foreign language can be organized. The article describes the research methodology for studying Twitter and Instagram pages, including the criteria for their selection and analysis. Approaches to the organization and management of Twitter and Instagram pages teaching a foreign language are in the focus of research interest. They are also analyzed in terms of the educational content proposed and the feedback provided. The results obtained will allow us to develop appropriate methodological guidelines, reflecting the specifics of the organization and management of language-teaching pages in the Twitter and Instagram social networks.

Keywords: educational potential, teaching foreign languages, social networks, Twitter, Instagram.

В современном мире социальные сети представляют собой не только лишь площадку для общения и разного рода коммуникаций, но и выступают в качестве образовательных платформ. Исследователи отмечают, что технологии Веб 2.0, к которым относят и социальные сети, предоставляют широкие возможности для интенсификации и индивидуализации образовательного процесса, в том числе и в обучении иностранным

языкам [6]. Активное использование современных информационно-коммуникационных технологий способствует выстраиванию оптимальной индивидуальной образовательной траектории обучающихся в процессе изучения иностранного языка [5] и раскрытию их личностного потенциала [3]. Отметим, что индивидуальная образовательная траектория может выстраиваться даже в рамках отдельной дисциплины, что позволяет сделать обучение иностранным языкам личностно-ориентированным и учесть образовательные запросы обучающихся [1]. Социальные сети в этом смысле имеют неоспоримые достоинства. Т.Л. Герасименко и другие [2] относят социальные сети к smart-технологиям и выделяют ряд преимуществ в их использовании в обучении иностранным языкам: создание интерактивной образовательной среды, аутентичность и современность образовательного контента и свободный доступ к образовательным ресурсам.

В отношении методических принципов реализации обучения иностранному языку в социальных сетях следует отметить, что исследования в этом направлении активно ведутся, но в целом фокусируются на рассмотрении преимуществ и недостатков использования социальных сетей при обучении иностранным языкам. Т.Л. Герасименко и другие [2] рассматривают возможные варианты использования Интернет-технологий в обучении иностранным языкам, подробно останавливаясь на вебинарах, блогах и социальных сетях. В качестве примера социальных сетей авторы приводят социальную сеть «ВКонтакте». В целом авторы делают заключение о том, что студенту должны быть доступны любые средства образования, к которым он привык при максимально комфортной среде. Т.Е. Сахарова [4] делится наблюдениями о положительном опыте использования социальных сетей при обучении именно иностранным языкам, описывая преимущества такого подхода. Автор особо отмечает возможность формирования реальной языковой среды в процессе обучения в социальных сетях. Приводятся примеры социальных сетей, разработанных специально для обучения иностранным языкам, дается их краткая характеристика. Вопросам обучения в социальных сетях в целом посвящены и работы зарубежных исследователей, с акцентом на на преимуществах использования социальных сетей в образовательной практике. В работе F.Tiryakioglu и F. Erzurum [9] прослеживается история использования социальных сетей, приводится статистка наиболее популярных социальных сетей в мире. В контексте обучения авторы подробно рассматривают социальную сеть «Facebook». R. Blair и T.M. Serafini [8] так же описывают преимущества использования отдельных социальных сетей в образовании для повышения заинтересованности обучающихся. Исследователи дают характеристику блогам, социальным сетям Твиттер и Инстаграм, системе «Pinterest» и некоторым другим популярным сайтам.

Исследования в направлении обучения иностранным языкам в Твиттер отличаются своей фрагментарностью и фокусом исследовательского интереса на применении этого информационно-коммуникативного ресурса в обучении отдельным видам иноязычной речевой деятельности. Исследование О.В. Пустоваловой [3] акцентирует внимание на выявлении и обосновании методических условий для развития умений письменной речи на основе социальной сети Твиттер. Автор приводит методическую систему по развитию умений письменной речи студентов неязыкового вуза в системе Твиттер. Результаты исследования проверяются экспериментально. Исследования по обучению в социальной сети Инстаграм представлены безотносительно к обучению иностранным языкам. Н.Б. Шубина приходит к выводу о том, что функции социальной сети Инстаграм достаточно ограничены, так как весь сервис предлагает лишь обмен видео и фотографиями. Автор подчеркивает, что данный сервис целесообразно использовать для самостоятельной работы студентов, если требуется визуализировать информацию.

Таким образом, вышеперечисленные работы в некоторой степени освещают вопрос об использовании социальных сетей в образовательной практике, но не отвечают в полной мере на запрос преподавателей иностранных языков, руководителей лингвистических проектов и руководителей языковых школ, в отношении методических и дидактических принципов организации обучения иностранным языкам в социальных сетях Твиттер и Инстаграм.

Данная статья представляет исследование, направленное на выявление образовательного потенциала социальных сетей Твиттер и Инстаграм в силу того, что образовательные возможности данных социальных сетей в обучении иностранному языку требуют дальнейшего осмысления в методическом плане. Выбор социальных сетей Твиттер и Инстаграм обусловлен также тем, что данные социальные сети содержат аккаунты пользователей из различных стран мира, что предоставляет широкие возможности для сравнительного анализа подходов к организации обучения иностранным языкам в социальных сетях, практикуемых представителями различных языковых сообществ. Полученные результаты позволят разработать методические рекомендации по организации и ведению Твиттер и Инстаграм-страниц в контексте обучения иностранным языкам.

Для проведения сравнительного анализа были отобраны Твиттер и Инстаграм-страницы, специализирующиеся на обучении иностранным языкам. Был выбран английский язык в силу своей распространенности и востребованности пользователями. Были выделены следующие критерии отбора Твиттер и Инстаграм-страниц для последующего анализа:

1. Популярность страниц (определялась по количеству подписчиков);
2. Активность страниц (определялась по частоте публикаций);
3. Страницы, созданные в разных странах.

С учетом данных критериев были отобраны 10 популярных обучающих английскому языку Твиттер-страниц – WoodwardEnglish, bbcle, inglesptbr, lingvoelf, SpeakEnglishYou, EllaLanguage, EnglishTips4U, EasyEnglishUA, BritEngOnline, LanguageLab. Данные страницы ведутся преподавателями на различных языках – русском (2 страницы), украинском (1 страница) и португальском (1 страница), однако большинство страниц ведется на английском языке (6 страниц).

Отобранные Инстаграм-страницы, обучающие английскому языку, ведутся преподавателями на русском (6 страниц), испанском (2 страницы), а также непосредственно на английском (2 страницы) – lazy_english, eng_every_day, good_english, english.with.elena, aprender_ingles_en_insta, aprendeingles hoy, english.znaika, englishwithmax, learn_english_with_movies, english_aword.

Для исследования образовательного потенциала социальных сетей Твиттер и Инстаграм в контексте обучения иностранным языкам были определены следующие этапы сравнительного анализа:

- 1) Специфика организации страниц;
- 2) Специфика содержания страниц;
- 3) Специфика предоставляемой пользователями обратной связи.

Специфика организации выбранных страниц представлена общей информацией о страницах и включает в себя: название страницы, дату создания, общее количество подписчиков, общее количество публикаций, частоту публикаций, страну создания и язык ведения страницы.

Важным аспектом исследования специфики организации выбранных страниц являются: анализ основного изображения в Твиттер и Инстаграм-страниц, анализ фонового изображения Твиттер-страниц, а также анализ предоставленных авторами описаний в Твиттер и Инстаграм. Это позволяет оценить заинтересованность пользователей в той или иной Твиттер или Инстаграм-странице.

Специфика содержания отобранных для сравнительного анализа Твиттер и Инстаграм-страниц, обучающих английскому языку, представлена их публикациями. При анализе публикаций наиболее важным является вопрос о том, на какой информации специализируется автор в процессе обучения иностранному языку, какой вид речевой деятельности ему интереснее развивать. Является ли грамматика, лексика или фонетика наиболее популярной для обучения. Внимание исследования также сосредоточено и на подборе автором видео, фотографий и картинки к публикации.

Представленная на отобранных страницах информация в процессе анализа группируется по темам, затем по каждой странице составляется схема процентного

содержания материала по той или иной теме. Далее все отобранные страницы анализируются с точки зрения частотности выявленных тем.

Определение специфики предоставляемой пользователями обратной связи на отобранных для исследования Твиттер и Инстаграм-страницах включает в себя анализ комментариев пользователей этих страниц, их лайки, а также репосты в случае с Твиттером.

Здесь необходимо отметить, что несмотря на то, что лайки являются важным показателем заинтересованности аудитории, они не могут отражать только лишь интерес к материалу. Слишком большое или слишком маленькое количество лайков могут также указывать на особенности изображения к публикации (например, является ли оно знакомым или приятным реципиенту), выбор шрифта и присутствие выделения определенных слов, просьба автора поставить лайк и так далее. В связи с этим качество материала, используемого для обучения иностранному языку, необходимо оценивать через комментарии к публикациям. Таким образом, по каждой выбранной Твиттер и Инстаграм-странице наибольшее внимание уделяется анализу самых популярных по комментариям и лайкам публикациям. Также анализу были подвергнуты и наименее популярные публикации по количеству лайков и комментариев, так как это дает основание предполагать какого рода информация не желательна для публикации на обучающих иностранным языкам Твиттер и Инстаграм-страницах.

В качестве заключения отметим, что приведенная методика сравнительного анализа Твиттер и Инстаграм-страниц в контексте обучения иностранным языкам позволит изучить большое количество различных показателей, связанных с организацией и подбором обучающего материала для этих страниц. В фокусе исследовательского внимания остаются такие аспекты, как специфика организации страниц, специфика содержания страниц, а также специфика предоставляемой пользователями обратной связи. Результаты проведенного анализа дадут основание для создания методических рекомендаций по организации и ведению обучающих иностранным языку страниц в Твиттер и Инстаграм, по подбору соответствующего образовательного контента для этих страниц, а также по организации взаимодействия между преподавателем и обучающимися на создаваемых образовательных площадках.

Литература

1. Атаманова И.В. Индивидуальная образовательная траектория как фактор развития профессионально-ориентированной ИКК студентов технических специальностей / И.В. Атаманова, В.И. Каширина // Язык и культура: сб. ст. XXVII международной научной конференции. Томск, 26-28 октября 2016 г. – Томск, 2017. – С. 227–230.
2. Герасименко Т.Л. Smart-технологии (вебинар и социальные сети) в преподавании иностранного языка в неязыковом вузе / Т.Л. Герасименко, В.И. Грубин, Т.М. Гулая, О.Н. Жидкова, С.А. Романова // Статистика и экономика. – 2012. – № 5. – С. 9–12.
3. Пустовалова О.В. Методика развития умений письменной речи студентов на основе сервиса Твиттер (английский язык, неязыковой вуз): дис. ... канд. пед. наук / О.В. Пустовалова. – Тамбов. – 2012. – 193 с.
4. Сахарова Т.Е. Использование социальных сетей для эффективного изучения иностранных языков / Т.Е. Сахарова // Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения. – 2015. – № 1. – С. 269–272.
5. Сысоев П.В. Направления и перспективы информатизации языкового образования / П.В. Сысоев // Высшее образование в России. – 2013. – № 10. – С. 90–97.
6. Титова С.В. Дидактические проблемы интеграции мобильных приложений в учебный процесс / С.В. Титова // Вестник Тамбовского университета. Серия Гуманитарные науки. – 2016. – № 7-8. – С. 7–14.
7. Шубина Н.Б. Использование социальной сети Instagram в организации самостоятельной работы студентов / Н.Б. Шубина // Педагогический опыт: теория, методика, практика. – 2016. – № 3 (8). – С. 41–47.
8. Blair R. Integration of education: using social media networks to engage students / R. Blair, T. M. Serafini // Systemics, Cybernetics and Informatics. – 2014. – Vol. 12. – P. 28–31.
9. Tiryakioglu F. Use of social networks as an education tool / F. Tiryakioglu, F. Erzurum // Contemporary Educational Technology. – 2012. – Vol. 2, is. 2. – P. 135–150.