

ISSN 2687-0126

PROFESSIONAL DISCOURSE & COMMUNICATION

**Дискурс
профессиональной
коммуникации**

VOLUME 4 ISSUE 1
2022

Editor-in-Chief

Dmitry S. Khramchenko

MGIMO University, Moscow, Russia

Editorial Board

Aleksey N. Aleksakhin

MGIMO University, Moscow, Russia

Aleksandra G. Anisimova

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Igor V. Chekulay

Belgorod State University, Belgorod, Russia

Olga S. Chesnokova

RUDN University, Moscow, Russia

Seda K. Gasparyan

Yerevan State University, Armenia

Svetlana V. Ivanova

Pushkin Leningrad State University, Saint Petersburg, Russia

Antonina A. Kharkovskaya

Korolev Samara National Research University, Samara, Russia

Igor E. Klyukanov

Eastern Washington University, USA

Nelly A. Krasovskaya

Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University, Tula, Russia

Liu Ruomei

Beijing Foreign Studies University, China

Viktoria L. Malakhova

MGIMO University, Moscow, Russia

Elena N. Malyuga

People's Friendship University of Russia, Moscow, Russia

Arto Mustajoki

The University of Helsinki, Finland

Evgeniya V. Ponomarenko

MGIMO University, Moscow, Russia

Olga N. Prokhorova

Belgorod State University, Belgorod, Russia

Enrique F. Quero-Gervilla

The University of Granada, Spain

Oleg A. Radchenko

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

Galina V. Sinekopova

Eastern Washington University, USA

The Founder: MGIMO University**Address:** 76 Prospekt Vernadskogo, Moscow, Russia, 119454

Professional Discourse & Communication is an international, peer-reviewed quarterly journal dedicated to discussing various theoretical and applied problems of professional communication. Its articles provide researchers and practitioners with the most up-to-date, comprehensive and important research, paying specific attention to modern linguistic approaches to professional discourse as well as practical aspects of teaching methodology as related to the language of particular professional spheres.

PDC specifically addresses readers in any field of professional communication (business, legal, diplomatic, economic, political, academic, medical, art and any other professional sphere) who are interested in qualitative discourse analytical approaches, on the one hand, and scholars who are interested in issues of professional communication (discourse studies, functional linguistics, pragmatics, semiotics, rhetoric, linguosynergetics, sociolinguistics, cognitive linguistics, stylistics, cross-cultural communication, cultural studies, country studies, second language acquisition and teaching methodology, and related fields), on the other hand.

ISSN 2687-0126

Website: <https://pdc-journal.com>

Главный редактор

Храмченко Дмитрий Сергеевич

доктор филологических наук, профессор кафедры
английского языка №4 МГИМО МИД России

Редакционная коллегия

Алексахин Алексей Николаевич

доктор филологических наук, профессор кафедры
китайского, вьетнамского, лаосского и тайского
языков МГИМО МИД России

Анисимова Александра Григорьевна

доктор филологических наук, профессор кафедры
английского языкознания, Московский
университет имени М.В. Ломоносова

Гаспарян Седа Керобовна

доктор филологических наук, заведующий
кафедрой английской филологии, Ереванский
государственный университет, Армения

Иванова Светлана Викторовна

доктор филологических наук, заведующий
кафедрой английской филологии,
Ленинградский государственный университет
им. А.С. Пушкина

Клюканов Игорь Ангелевич

доктор филологических наук, профессор,
Восточный Вашингтонский университет, США

Красовская Нелли Александровна

доктор филологических наук, профессор
Тульского государственного педагогического
университета им. Л.Н. Толстого

Куеро-Гервилья Энрике Ф.

PhD, декан факультета перевода Университета
Гранады, Испания

Лю Жомэй

доктор филологических наук, иностранный
член Российской академии естественных наук,
профессор Пекинского университета
иностранных языков

Малахова Виктория Леонидовна

кандидат филологических наук, доцент
кафедры английского языка №4,
МГИМО МИД России

Малюга Елена Николаевна

доктор филологических наук, заведующий
кафедрой иностранных языков
экономического факультета, Российский
университет дружбы народов

Мустайоки Арто

PhD, декан Гуманитарного факультета,
Хельсинки университет, Финляндия

Пономаренко Евгения Витальевна

доктор филологических наук, профессор
кафедры английского языка №4
МГИМО МИД России

Прохорова Ольга Николаевна

доктор филологических наук, директор
института межкультурной коммуникации
и международных отношений, Белгородский
государственный национальный
исследовательский университет

Радченко Олег Анатольевич

доктор филологических наук, профессор
кафедры общего и сравнительного
языкознания, Московский государственный
лингвистический университет

Синекопова Галина Васильевна	кандидат филологических наук, профессор, Восточный Вашингтонский университет, США
Харьковская Антонина Александровна	кандидат филологических наук, профессор кафедры английской филологии, Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева
Чекулай Игорь Владимирович	доктор филологических наук, профессор кафедры английского языка, Белгородский государственный национальный исследовательский университет
Чеснокова Ольга Станиславовна	доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры иностранных языков филологического факультета, Российский университет дружбы народов

Учредитель: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации»

Адрес: 119454, г. Москва, проспект Вернадского, д. 76

«Дискурс профессиональной коммуникации» - международный рецензируемый электронный научный журнал, издающийся с периодичностью 4 раза в год. Журнал публикует статьи, в которых отражаются результаты актуальных фундаментальных и теоретических исследований в области профессиональной коммуникации. Основное направление журнала - современные подходы к изучению лингвистических аспектов профессионального дискурса и практических вопросов преподавания языка конкретных профессий.

Зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций Российской Федерации. Свидетельство о регистрации средства массовой информации в Роскомнадзоре: Эл № ФС77-76677 от 26 августа 2019 г.

ISSN 2687-0126

Официальный сайт журнала: <https://pdc-journal.com>

Contents

Editorial	7
Editor-in-Chief Dmitry S. Khranchenko	

Original article

The Analysis of the Covid-19 Image Evolution in English Mass Media Discourse ..	10
by Anna N. Tikhomirova	
Nationally Orientated Communication as the Basic Function of Professional Activity in English Mass Media	21
by Yulia M. Trofimova, Maria S. Mosyagina	
A Narrative Inquiry Into the Role of Social Media in Online Businesses in the Philippines	37
by Joanna Paula Perez, Jhoyce Dialyn Poblete, and Louie Giray	
Linguo-Cognitive Level of a Clergyman's Linguistic Personality (Based on the Autobiographical Memoirs of Archpriest Alexy Rezhukhin)	46
by Anastasia I. Timofeeva	
Personalising EFL Courses for Online Learning	55
by Ksenia V. Smyshlyak	
Meta-Subject Approach in the Lessons of the Humanitarian Cycle: Using Fragments from the Texts By Leo Tolstoy	68
by Nelly A. Krasovskaya, Irina M. Sharifova	
Linguistic and Cultural Knowledge Acquisition in Terms of the Multimodal Approach To EIL Studies	81
by Olga D. Vishnyakova, Elizaveta A. Vishnyakova	

Содержание

Слово главного редактора	7
Д.С. Храмченко	

Оригинальные статьи

Эволюция концепта COVID-19 в английском дискурсе масс-медиа	10
Тихомирова А.Н.	

Национальноориентированная коммуникация как базовая функция профессиональной деятельности англоязычных СМИ.	21
Трофимова Ю.М., Мосягина М.С.	

Нарративный анализ социальных сетей и их роли в развитии бизнеса на Филиппинах	37
Джоанна Паула Перез, Джойс Диализ Поблет, Луи Гирей	

Особенности лингвокогнитивного уровня языковой личности священнослужителя (на примере автобиографических воспоминаний протоиерея Алексия Резухина)	46
Тимофеева А.И.	

Персонализация дистанционного обучения английскому языку (на основе онлайн-курсов Skyeng для взрослых)	55
Смышляк К.В.	

Использование фрагментов из текстов Л.Н. Толстого при метапредметном подходе на уроках гуманитарного цикла	68
Красовская Н.А., Шарилова И.М.	

Обучение языку и культуре в свете мультимодального подхода к преподаванию английского языка как международного	81
Вишнякова О.Д., Вишнякова Е.А.	

Welcome to the first issue of “*Professional Discourse & Communication*” in 2022. By its Volume 4, the journal has become the platform that brings together researchers in different areas of inquiry with the focus on the language and speech of professional institutional interaction. *PDC* aims at facilitating knowledge exchange among specialists in functional linguistics, pragmatics, discourse studies, stylistics, rhetoric, sociolinguistics, cognitive linguistics, cultural studies, language teaching and learning as well as many other spheres that express scientific interest in multiple aspects of professional communication. We hope to promote the publication of thought-provoking high-quality papers, covering a wide range of topics with a broad appeal while giving a say to both new researchers and well-established scientists. The editorial team invites all our readers to consider submitting their work in the mentioned areas to *PDC* and to propose special issues in topic areas of emerging importance to the field.

Volume 4 Issue 1 of “*Professional Discourse & Communication*” presents a selection of articles by authors from China, Russia, the Philippines, Ukraine, Uzbekistan, covering topics in linguistics of professional communication and practices of teaching languages for specific purposes. The current issue comprises research papers and viewpoint essays on different kinds of professionally-oriented institutional discourse and communicative spheres, including the evolution of concepts in mass media discourse, the essence of communicative activity in the discourse of British and American newspapers, internet-based communication in social networks as a powerful tool in business, linguistic personality of a Russian clergyman, multiple aspects of teaching foreign languages for specific purposes and streamlining professional-pedagogical activities of EFL teachers who work via Internet-based learning platforms, meta-subject strategies in secondary school education.

Volume 4 Issue 1’s authors cover an array of problematic areas of study, namely semantic network analysis of media representation of coronavirus, functional analysis of pragma-semantic properties of English mass media discourse as a systemic informational field, the connection between carefully planned and meticulously structured online advertising discourse and the success of private enterprises, cognitive-linguistic analysis of self-directed religious memoir discourse as a part of professional communication of a Russian Orthodox priest, methodology of creating personalized online ESP / EFL courses, synchronization of syllabi and professional cooperation among teachers of different subjects.

In the opening paper “The analysis of the COVID-19 image evolution in English mass media discourse” Anna Tikhomirova uses the methodological tool of semantic network analysis to explain how the representation of coronavirus in the ever-evolving discourse of mass media has changed since the first massive outbreak in early 2020. The research suggests that by analyzing the occurrence and frequency of keyword clusters it is possible to comprehend opinions and attitudes of politicians and journalists to the then exotic disease, and the gradual modifications to the image of the virus in British public consciousness, which may be also connected with speech manipulation and mind shaping as part of journalists’ professional activities, with a purely medical issue transitioning to a major social and political factor.

“Nationally orientated communication as the basic function of professional activity in English mass media” by Yulia Trofimova and Maria Mosyagina presents a comprehensive outline of English mass media discourse as a complex multilayered communicative system with its own peculiar parameters, defined by professional standards of journalists and long-established traditional norms of written verbal interaction with readers. The study seeks to identify the functional significance of gender specifics in this type of discourse, emotional speech and rhetorical expressiveness, and national identity as reflected in the way the functional perspective is constructed in media texts.

Joanna Paula Perez, Jhoyce Dialyn Poblete, and Louie Giray’s “A narrative inquiry into the role of social media in online businesses in the Philippines” demonstrates how the synergy of extralinguistic factors, the specific linguistic situation in the country, and the growing popularity of Web 2.0 tools gives rise to the unique Filipino consumer-oriented discourse of self-presentation. Through the methodology of narrative inquiry and semi-structured interviews with elements of discourse analysis the authors describe the driving forces of modern professional business activities, related to advertising, product promotion, and engendering clients’ loyalty and satisfaction.

Anastasia Timofeeva’s “Linguo-cognitive level of a clergyman’s linguistic personality (based on the autobiographic memoirs of archpriest Alexy Rezukhin)” is devoted to a highly specific variation of professional discourse, which combines memoirs and reflections of a priest with preaching moral values and religious beliefs. The author works with a one-of-a-kind empirical material, comprising a text, written by an archpriest to depict a harsh historical period in the life of Vologda clergy from the 1930s to the 1940s. The paper highlights distinctive linguistic features, typical of a clergyman’s speech in those days, and individual speech mannerisms and stylistic details in the portrait of A. Rezukhin’s linguistic personality. Statistical analysis of lexical units contributes to the description of religious discourse from a cognitive-linguistic perspective and reveals the qualitative and quantitative specifics of an average XXth-century Orthodox priest’s thesaurus.

In “Personalising EFL courses for online learning (based on Skyeng online courses for adult learners)” Ksenia Smyshlyak describes a detailed algorithm of developing a full-fledged online EFL course, adjusted to the learning needs of concrete individuals. The author sums up her accumulated experience as a senior methodologist in an educational institution to share valuable guidelines and useful insights on how to successfully implement the personalized approach in the course and lesson development. This paper may be of particular interest to both researchers in education and distance learning, and practitioners, as it covers such important professional aspects as personalized syllabus structures, the choice of teaching materials, personalized assessment, teachers’ behavioral patterns.

Nelly Krasovskaya and Irina Sharifova’s “Meta-subject approach in the lessons of the humanitarian cycle: using fragments from the texts by Leo Tolstoy” explores the benefits of professional communication and mutually advantageous cooperation of teachers. The authors demonstrate, that it is possible to tap into the synergetic educational potential of “War and Peace” by Leo Tolstoy, enriching students’ knowledge of literature, culture, history, and linguistics by synching lesson plans of different disciplines in a special meta-subject unity. The authors conclude, that such an approach to school syllabi helps form crucial skills of independent critical thinking and comparative analysis of facts.

The final paper of this Issue “Linguistic and cultural knowledge acquisition in terms of the multimodal approach to EIL studies” by Olga and Elizaveta Vishnyakova deals with

ways to facilitate the process of intercultural professional communication with the help of new methods of knowledge and skills acquisition while teaching English as an international language. The authors carried out a survey among two groups of students to assess the significance of teaching Standard English as the model to imitate and emulate in the course of EIL learning and how the multimodal approach helps optimize the educational process.

We hope our readers will enjoy the selection of papers chosen for the current issue of the journal. We really appreciate all the authors' contributions and would like to thank them for the quality articles they submitted.

Editor-in-Chief
Dmitry S. Khramchenko



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-1-10-20>

THE ANALYSIS OF THE COVID-19 IMAGE EVOLUTION IN ENGLISH MASS MEDIA DISCOURSE

Anna N. Tikhomirova

China University of Geosciences (Wuhan, China)

anna_tikhomirova@live.ru

Abstract: Starting from January 2020, the whole world and all the people's professional activities are affected by the COVID-19 pandemic. Since the beginning of the pandemic, the phenomenon of COVID has been analyzed from different perspectives. The present study aims to study the evolution of the COVID-19 image in the online mass media discourse on the example of the British Broadcasting Corporation (BBC) news portal. The research employs semantic network analysis to trace the changes in the description of the coronavirus-related articles presented online. Three samples of articles from the period from 2020 to 2022 are randomly collected and subjected to further analysis. As a result, the author concludes, that the image of the COVID pandemic has undergone a significant change from the distant public health-related phenomenon to one of the legal actors and social activities. The present study contributes to the analysis of the coronavirus pandemic domain in the online mass media discourse and diversifies the studies, employing the semantic network analysis approach.

Keywords: COVID-19, semantic network analysis, mass media discourse, VOSviewer software, discourse evolution.

How to cite this article: Tikhomirova A.N. (2022). The Analysis of the COVID-19 Image Evolution in English Mass Media Discourse. *Professional Discourse & Communication*, 4(1), pp. 10–20. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-1-10-20>

1. INTRODUCTION

According to the World Health Organization (WHO), COVID-19 is «the disease caused by a new coronavirus called SARS-CoV-2». It was first mentioned on 31 December, 2019, reported as a cluster of cases of “viral pneumonia” in Wuhan, People's Republic of China [World Health Organization, 2019]. Since COVID-19 was first mentioned, it is an attractive research topic for scholars of different disciplines, including immunology, public health, medicine, language, and communication.

The representation of COVID-19 in mass media falls in the domain of public health media communication. Generally, health media communication aims to affect people's behavior through

individual-level antecedents to the behavior of concern (such as knowledge, perceptions, and self-efficacy). Abroms and Maibach [2008] proposed a more profound framework to reach the target of public health media communication. Their framework includes people, the environment, and their interaction. It is traditionally believed that people in this case can be referred to at three levels: individual, social network, and community level.

Earlier, it was believed that newspapers possess great power to affect peoples' opinions and perceptions. For example, during World War I, they were thought to be able to shape public opinion easily [Lenart, 1994, p. 11]. Nowadays, the situation has changed, and modern mass media are not about "what to think", but "what to think about" [Cohen, 2000].

However, in the past decades, with the wide spread of the Internet, the information flow distribution has changed dramatically [Abroms & Maibach, 2008, pp. 77-78]. Modern online mass media possess a great number of tools to affect their readers. If traditional mass media operate with the basic tools, online mass media discourse has an opportunity to combine all of them at once. Thus, online mass media discourse includes photos or videos that can be used as a reference or proof of a certain phenomenon, numerous hyperlinks to other sources of information (e.g. *Twitter*), and text itself. The combination of all the above mentioned composites of online mass media discourse makes the latter extremely powerful, being able to reach the potential readers at all the three levels (individual, social network, and community levels).

The analysis of the pandemic representation in mass media and the impact it makes on people is not new. Prior to the COVID-19 pandemic the world population has gone through other dangerous diseases which were then analyzed. Thus, Gilman [2010] draws attention to the phenomenon of a pandemic and people's panic response to it. Influenza and measures on its control and prevention were analyzed by Miko and Miller [2010] and Smallman [2015]. Muzzatti [2005] assesses the representation of Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS).

Nowadays, numerous research works are devoted to the analysis of people's reaction to the coronavirus related topics. Guntuku et al. [2021] assess *Twitter* discourse to trace citizens' concerns about COVID vaccination. Khan et al. [2022] refer to the analysis of the social media data to gauge the attitude towards COVID passports. Luo et al. [2021] compare the perception of the vaccination, using data from two social media platforms. Despite the thorough analysis of people's reactions, opinions, and perception of COVID-19 in social media, very little research refers to the cause of this reaction, namely the way COVID-19 is portrayed in mass media. For instance, Thirumaran [2021] assesses the portrayal of COVID-19 in New Zealand and Singapore newspapers. Katermina and Yachenko [2020] show that COVID-19 pandemic can be seen as a disruption of normal life, which finds reflection in the changes to English vocabulary.

The present study aims to analyze the evolution of the COVID-19 image in mass media. It is a well-known fact that mass media play a crucial role in the formation of public opinion on various important matters. Public perception of the situation, reaction, and further actions depend on the way an image of a certain phenomenon is presented.

2. MATERIALS AND METHODS

The present study aims to analyze the image of COVID-19 in the western mass media using samples from the BBC news portal. To trace the evolution of COVID-19, the study employs semantic network analysis (SNA). SNA employs computerized content analysis, which was first used in the 20th century [Quillian, 1968]. Since then, it has demonstrated itself as a useful tool for the clustering and representation of the knowledge [Helbig, 2006; Danowski, 1993; Doerfel & Barnett,

1999]. This approach provides an opportunity to graphically present the analyzed data by means of nodes and edges [Wassermann & Faust, 1994; Newman et al. 2006; Di Battista, 1999]. The present study adopts the semantic network analysis approach proposed by Drieger [2013]. The approach is advantageous as it does not only allow for linear text perception, but also employs networks of words which can be visualized and analyzed. With the help of SNA the significance of the word and word combinations can be identified in grouped clusters rather than in isolation [Featherstone et al., 2020b; Li et al., 2019; Smith & Parrott, 2012].

To perform the analysis *VOSviewer* software is employed. It provides an opportunity to create and visualize the map based on the network data. When creating the map, the program includes items that represent research interest (in case of the present study, these are semantic elements). The connection between the items is presented by the link that is characterized by the strength of the link between the items. The term “total link strength” is used to speak about “the number of publications in which two keywords occur together” [Guo et al., 2019]. It is generally considered that the more links there are between two items, the stronger the connection is. Items are grouped in clusters.

Within the research framework, three samples of data are randomly collected from the BBC news portal [www.bbc.com]. All of the articles belong to the same topic – “coronavirus pandemic”. The first sample dates to the beginning of the pandemic outbreak in 2020. The second sample is based on the articles published one year later, in 2021. The third sample is collected from the articles from January-February, 2022. Each sample includes ten articles. Then collated samples are grouped and prepared for the analysis.

Prior to the analysis, the texts of the articles underwent specific preparatory procedures. First, all the pictures and hyperlinks were removed from the articles and the text was converted to the plain text to be suitable for the analysis by the software. Second, according to the recommendations, all the stop words and punctuation marks were removed from the analyzed texts [Maier et al., 2018].

3. DATA ANALYSIS

To choose a threshold for the analysis, the minimum number of occurrences of a term is set to 3. The obtained map based on the analysis of the articles from the year 2020 is presented in Figure 1.

The created semantic network that reflects the content of the articles related to the COVID-19 pandemic consists of 85 items which form 13 clusters. There are 367 links in the network, with a total network strength of 693. The biggest Cluster 1, accounting for 15 words and word combinations, is mainly centered on the “China” topic with such words as “Chinese authority”, “Chinese government”, “national health commission”, and “COVID”. The second cluster with 12 words is obviously related to the situation in the neighboring countries and territories, such as Taiwan, Japan, South Korea, and the measures they implement. Cluster 3 accounts for 7 words and is related to the disease with such words as “SarS”, “genetic code”, “new virus”. Cluster 4 contains 7 words and concentrates on the local situation in China, mentioning cities such as Shanghai, Beijing, Wuhan, and Wuhan health commission. Cluster 5 consists of 6 words and is related to the scientific comprehension of the disease. There we can see the surnames of the scientists Guo and prof. Ferguson. Cluster 6 with 6 words follows the situation in China, mentioning major cities and the “new virus”. Cluster 7 with 7 words lists major COVID-19 symptoms. Cluster 8 consists of 6 words and concentrates on the way the disease is understood and explained by scientists, we can see such words as

“expert”, “source”. Cluster 9 combines words related to the protective measures taken against the disease. Cluster 10, related to the ways of transmission, contains 4 words. Clusters 11, 12, 13 with 4, 3 and 2 words, respectively, are related to the source of the outbreak. Table 1 shows the top 20 words based on their occurrence and total link strength.

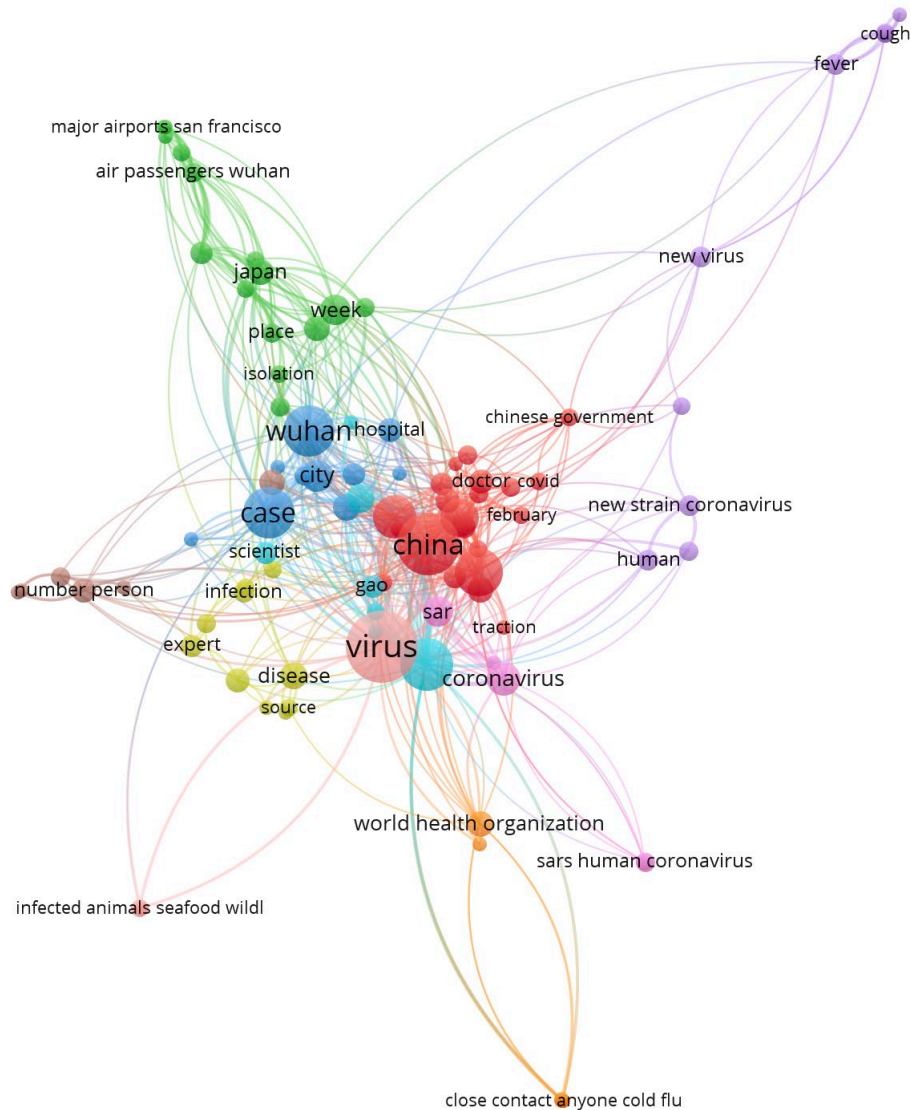


Figure 1. Semantic network 2020
(Source: created by the author in *VOSviewer*)

Table 1. Top 20 popular words and word combinations collected from the 2020 sample

Label	Cluster	Links	Total link strength	Occurrences
virus	12	41	104	64
china	3	38	91	49
wuhan	4	31	71	34
outbreak	1	31	66	30
case	4	24	62	33
january	1	23	39	24
country	3	18	38	18
coronavirus	3	16	36	15
beijing	4	15	29	10

Next, the sample collected from articles in 2021 on the BBC news portal is assessed. The same parameters were applied for the analysis. As a result, a network with 24 items was obtained. There are 7 clusters with 65 links, and the total link strength accounts for 95. The obtained semantic network is presented in Figure 2.

The first cluster of the second sample consists of 5 words and is obviously related to the holidays in the UK, mentioning Christmas and New year. The second cluster with 5 words as well is related to the COVID-situation in the UK, mentioning the name of the country, hospitals, and the virus. Cluster 3 with 4 words is related to the changes happening to the virus and mentions milder symptoms. Clusters 4 and 5, with 4 and 3 words, are related to the anti-COVID measures, mentioning restrictions and rules. Clusters 6 and 7, with 2 and 1 words, are related to the virus in general. Table 2 demonstrates the list of words, based on their occurrence, and link strength.

Table 2. Top 20 popular words and word combinations collected from the 2021 sample

Label	Cluster	Links	Total link strength	Occurrences
person	1	16	30	48
omicron	6	5	11	18
england	2	11	15	15
covid	2	7	11	13
infection	3	9	11	12
restriction	5	8	9	12
case	6	10	15	12
government	4	10	12	10
christmas	1	5	6	8
virus	2	6	9	7
decision	4	7	11	7
rule	5	2	3	7
school	5	2	3	6
new year	1	4	6	5
expert	4	5	7	4
measure	4	6	7	4
ms keegan	1	4	5	3
second jab	1	1	1	3
last winter	2	2	2	3
patients hospital	2	2	4	3
changes virus	3	2	4	3
milder	3	4	6	3
vaccines booster	7	0	0	3

Source: Summarized by the author using *VOSviewer*.

As shown in Table 2, the situation has changed dramatically over a year. If in 2020 the most popular words had Chinese-related thematics, in 2021, the news is covering the local situation. It is obvious that the idea of rules and restrictions became more relevant. The information about the symptoms of the disease disappeared, while in 2020, it was one of the important topics. We do not see the word “outbreak”. However, the mass media are informing us about the change of the virus and milder symptoms, which makes readers believe COVID is not dangerous anymore.

Figure 3 represents the semantic network that was created based on the sample of the articles collected in the first two months of 2022. The network consists of 41 items grouped in seven clusters. There are 144 links observed, with the total link strength accounting to 198.

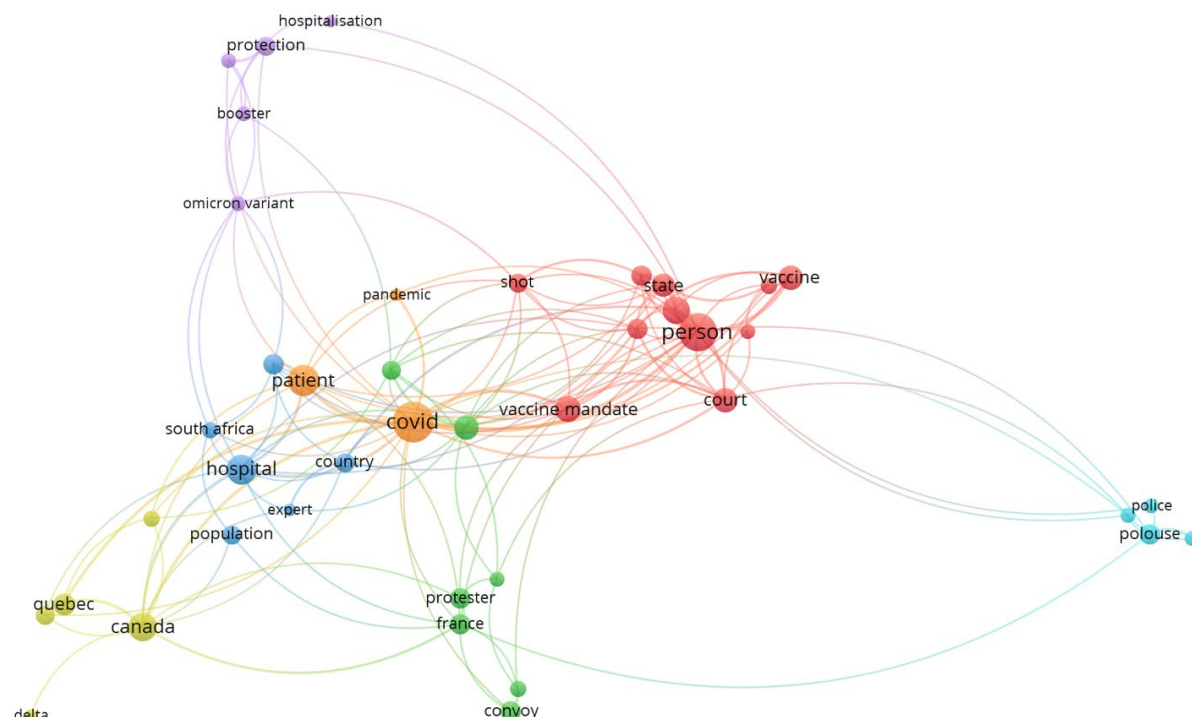


Figure 3. Semantic network sample 2021
(Source: created by the author using VOSviewer)

The first cluster of the network, which consists of 11 words, combines the words related to the governmental COVID prevention and control measures. There such words as “court”, “decision”, “rule”, and “vaccine mandate” can be seen. The second cluster with 7 words is related to the description of public reaction to the measures imposed by the government. Such words as “demonstrator”, “convoy”, and “protester” are common. The third cluster is linked to the Omicron type of the virus. The cluster accounts for 6 words. The fourth cluster is related to the Delta variant of the coronavirus disease, with 5 words in the cluster. Five words in cluster five are linked to the Omicron variant of the coronavirus disease, with such words as “omicron variant”, “severe disease”, and “hospitalization”. The sixth cluster represents some governmental measures or reactions. It includes such words as “police” and “law”. The seventh cluster mentions “covid”, “pandemic”, and “patients”. The summary of the top 20 words in the sample are presented in Table 3.

Table 3. Top 20 popular words and word combinations collected from the 2022 sample

Label	Cluster	Links	Total link strength	Occurrences
covid	7	25	45	28
person	1	21	32	24
patient	7	11	17	16
hospital	3	13	19	15
rule	1	7	15	13
vaccine mandate	1	8	12	11
court	1	12	18	10
vaccine	1	6	12	10
mandate	2	11	12	10
state	1	9	12	9
convoy	2	3	4	7

Label	Cluster	Links	Total link strength	Occurrences
convoy	2	3	4	7
protester	2	4	4	7
omicron	3	8	8	7
shot	1	10	11	6
administration	2	9	10	6
population	3	3	3	6
case	4	4	4	6
protection	5	6	8	6
mask	1	5	6	5
demonstrator	2	4	5	5

Source: Summarized by the author using VOSviewer.

As it can be seen from Table 3, the domain of the COVID-related information has changed its direction greatly since 2020 and even 2021. The word “COVID” still remains in top 5 words in terms of occurrence and total link strength. However, more attention is concentrated on the governmental control, prevention measures and people’s reaction to these measures. Such words as “protester” and “demonstrator” prove this observation. We can also see governmental response to peoples’ reaction. Such words as “rule”, “court”, “police”, “convoy” signify the seriousness of the governmental response.

4. DISCUSSION AND CONCLUSION

The present study adheres to the idea presented by Nordlund [2003] that “language is not value-free”. The words people use in their daily life as well as those used by mass media are linked with some particular concepts. The way we perceive the information from mass media is consciously or subconsciously affected by those concepts. Thus, according to Beard [2008], language is not only a means of communication but also a reflection of the ideas it expresses. The usage of the language is determined by the idea it delivers. As it has been mentioned earlier, a lot of research is conducted concerning people’s responses to COVID-19. However, the role of mass media in this response is ignored. Therefore, it is essential to analyze the cause in the first place.

The present study aimed to assess the evolution of the COVID image representation in the British mass media from the beginning of the pandemic in January 2020 to the present, February 2022. Semantic network analysis has been employed to perform the assessment.

Within the course of the research, it has been found that the image of the COVID pandemic has changed greatly over the past two years. At the beginning of the pandemic the British press clearly draws a picture of the virus which breaks out far away from the United Kingdom. Mostly Asian countries are mentioned, which helps to distance the phenomenon from the local UK readers. In the first year of the pandemic, attention is paid to the symptoms of the disease, reflected in cluster 7 of the analyzed 2020 sample. However, in the articles of 2020 sample, the words related to the danger of the virus as well as to the protective measures taken, are not so frequent. All the words with high occurrence and total link strength in the articles analyzed are neutral. No word «death», or words describing the danger of the phenomenon appears in the sample. Meanwhile, according to the statistics 2488780 people in the UK got infected and 73512 deaths were registered by the end of 2020.

Later, in the articles from the years 2021 and 2022 the information about the symptoms of the disease becomes less ubiquitous. Starting from 2021 the words “vaccine” and “vaccination mandate” start to appear in the semantic networks, unlike in the sample of 2020. Moreover, a lot of attention both in 2021 and at the beginning of 2022 is concentrated on the governmental anti-COVID

measures implemented in different countries. People's reaction to the situation plays an important role in the coronavirus image representation in the online mass media discourse. The high occurrence of such words as "restrictions", "rule", "measure", "government", "demonstrators", "protesters", "court", "police" demonstrates a clear shift of the COVID image from the public health domain to the domain of legal actors and social activities.

Overall, the study contributes to the analysis of the COVID-19 image in online mass media discourse. The study can be further extended by addressing the specific concepts within the coronavirus domain, and such concepts as governmental measures, prevention and control activities and vaccination can be analyzed. Further, a comparative study can be performed for the mass media of different countries.

Conflict of interest

The author declares there is no conflict of interest.

REFERENCES

1. Abroms, L. C., & Maibach, E. D. (2008). The Effectiveness of Mass Communication to Change Public Behavior. *The Annual Review of Public Health*, 29, 219 – 234. doi: 10.1146/annurev.publhealth.29.020907.090824
2. Beard, A. (2000). *The Language of Politics*. London: Routledge.
3. British Broadcasting Corporation. www.bbc.com (accessed: 5 February, 2022)
4. Cohen, D. A., Scribner, R., & Farley, T. A. (2000). A structural model of health behavior: a pragmatic approach to explain and influence health behaviors at the population level. *Preventive medicine*, 30, 146–154.
5. Danowski, J. A. (1993). Network analysis of message content. *Progress in communication sciences*, 12, 197–221.
6. Di Battista, G. (1999). *Graph drawing: algorithms for the visualization of graphs*. Prentice Hall, NJ.
7. Doerfel, M. L., & Barnett, G. A., 1999. A Semantic Network Analysis of the International Communication Association. *Human Communication Research*, 25 (4), 589–603. doi: 10.1111/j.1468-2958.1999.tb00463.x
8. Drieger, P. (2012). Visual text analytics using semantic networks and interactive 3d visualization. In K. Matkovic, & G. Santucci (Eds.). *EuroVA 2012: International Workshop on Visual Analytics* (pp. 43–47), Vienna, Austria.
9. Featherstone, J. D., Ruiz, J. B., Barnett, G. A., & Millam, B. J. (2020). Exploring childhood vaccination themes and public opinions on Twitter: a semantic network analysis. *Telematics and Informatics*, 54, 101474. doi: 10.1016/j.tele.2020.101474
10. Gilman, S.L. (2010). Moral panic and pandemics. *The Lancet*, 375, 1866–1867.
11. Guntuku S. C., Buttenheim A. M., Sherman G., & Merchant R. M. (2021) Twitter discourse reveals geographical and temporal variation in concerns about COVID-19 vaccines in the United States. *Vaccine*, 39, 4034–4038. doi: 10.1016/j.vaccine.2021.06.014

12. Guo, Y.-M., Huang, Z.-L., Guo, J., Li, H., Guo, X.-R., & Nkeli, M. J. (2019). Bibliometric Analysis on Smart Cities Research. *Sustainability*, 11(13), 3606. MDPI AG. doi: 10.3390/su11133606
13. Helbig, H. (2006). Knowledge representation and the semantics of natural language : with 23 tables. *Cognitive technologies*. Berlin: Heidelberg; New York: Springer.
14. Katermina, V., & Yachenko, E. (2020). Axiology of COVID-19 as a Linguistic Phenomenon in English Mass Media Discourse. *Advances in Journalism and Communication*, 8, 59-67.
15. Khan, M. L. , Malik A. , Ruhi U. , & Al-Busaidi A. (2022). Conflicting attitudes: Analyzing social media data to understand the early discourse on COVID-19 passports. *Technology in Society*, 68. doi: 10.1016/j.techsoc.2021.101830
16. Lenart, Silvo. (1994). *Shaping Political Attitudes. The Impact of Interpersonal Communication and Mass Media*. Thousands Oaks: Sage Publications.
17. Li, Y., Luo, C., & Chen, A. (2019). The evolution of online discussions about GMOs in China over the past decade: changes, causes and characteristics. *Cultures of Science*, 2 (4), 311–325. doi:10.1177/209660831900200406.
18. Luo C., Chen, A., Cui, B., & Liao, W. (2021). Exploring public perceptions of the COVID-19 vaccine online from a cultural perspective: Semantic network analysis of two social media platforms in the United States and China. *Telematics and Informatics*, 65, 101712-101712. doi: 10.1016/j.tele.2021.101712
19. Maier, D., Waldherr, A., Miltner, P., Wiedemann, G., Niekler, A., Keinert, A., Pfetsch, B., Heyer, G., Reber, U., Häussler, T., Schmid-Petri, H., & Adam, S. (2018). Applying LDA topic modeling in communication research: toward a valid and reliable methodology. *Communication Methods and Measures*, 12 (2-3), 93–118. doi: 10.1080/ 19312458.2018.1430754
20. Miko, A., & Miller, M.K. (2010). Mandatory influenza vaccinations: An example of health promotion theater. *Global Health Governance*, 4, 1-15.
21. Muzzatti, S.L. (2005). Bits of falling sky and global pandemics: Moral panic and Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). *Illness, Crisis & Loss*, 13, 117–128.
22. Newman, M., Barabási, A.-L., & Watts, D. J. (2006). *The structure and dynamics of networks*. Princeton University Press.
23. Nordlund, M. (2003). Linguistic Manipulation: An Analysis of How Attitudes are Displayed in News Reporting. *D Extended Essay English*, 1402-1552.
24. Quillian, M. R. (1968). Semantic memory. In M. Minsky (Ed.), *Semantic information processing*. Cambridge.
25. Smallman, S. (2015). Whom do you trust? Doubt and conspiracy theories in the 2009 influenza pandemic. *Journal of International and Global Studies*, 6 (2), 1-24.
26. Smith, R.A., & Parrott, R.L. (2012). Mental representations of HPV in Appalachia: Gender, semantic network analysis, and knowledge gaps. *Journal of Health Psychology*, 17 (6), 917–928. doi: 10.1177/1359105311428534
27. Strecher, V. (2007). Internet methods for delivering behavioral and health-related interventions (eHealth). *Annual Review of Clinical Psychology*, 3, 53–76. doi: 10.1146/annurev.clinpsy.3.022806.091428
28. Suggs, L. S. (2006). A 10-year retrospective of research in new technologies for health communication. *Journal of Health Communication*, 11, 61–74.
29. Thirumaran, K., Mohammadi, Z., Pourabedin, Z., Azzali, S., & Sim, K. (2021). COVID-19 in Singapore and New Zealand: Newspaper portrayal, crisis management. *Tourism Management Perspectives: TMP*, 38, 100812. doi: 10.1016/j.tmp.2021.100812

30. Wassermann, S., & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Application*. Cambridge, University Press.
31. World Health Organization. www.who.int (accessed: 5 February, 2022).

About the author:

Anna N. Tikhomirova, MBA (Economics and management), MA (Linguistics) is PhD researcher at China University of Geosciences (Wuhan, China). ORCID: 0000-0002-7563-6711

Received: February 5, 2022.

Accepted: March 18, 2022.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-1-21-36>

НАЦИОНАЛЬНООРИЕНТИРОВАННАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК БАЗОВАЯ ФУНКЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

Ю.М. Трофимова

primavera49@list.ru

М.С. Мосягина

mmashamos@yandex.ru

*Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва
(Саранск, Россия)*

Аннотация: Цель данной статьи заключается в выяснении сути коммуниктивной природы англоязычного медиадискурса, его информационной специфики, детерминируемой коммуницирующими сторонами в континууме совместной социально значимой деятельности.

На базе англоязычного медиадискурса в его британской и американской разновидностях анализируется характерная для него взаимозависимость трех базовых составляющих вербальной коммуникации, а именно автора сообщения, адресата и передаваемой информации в своеобразной функциональной актуализации, когда все три компонента коммуникации определяют друг друга. Непосредственным адресатом медиастатей оказываются британская и американская нации, что находит отражение как в языковом оформлении текста, так и в передаваемой им информации, всегда содержащей что-либо особенное, привычное и даже ожидаемое для той или иной нации. Привлекаемые к участию в передаче информации лица из числа представителей нации транслируют ее наравне с автором, который, как бы оставаясь за кадром, лишь регулирует и вербализует сообщаемую ими информацию.

В статье рассматривается также гендерная составляющая передаваемой информации, которая получает не только речевое, но и тематическое воплощение.

Эмоциональность представления передаваемой информации оказывается еще одним заметным фактором англоязычного медиадискурса, что проявляется в самых разных способах языковой актуализации, находящихся отклик у британской и американской аудиторий. При национально ориентированном подходе к осуществляемой в англоязычном медиадискурсе коммуникации ее можно охарактеризовать как энергоинформационное поле, концентрирующее в себе важные для двух наций акценты и детерминирующее различное языковое оформление информации.

Ключевые слова: коммуникация, медиадискурс, информация, нация, идентичность, гендер, эмоциональность.

Для цитирования: Трофимова Ю.М., Мосягина М.С. (2022). Национальноориентированная коммуникация как базовая функция профессиональной деятельности англоязычных СМИ. *Дискурс профессиональной коммуникации*. 4(1), С. 21–36. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-1-21-36>

1. ВВЕДЕНИЕ

Популярность и распространенность медиадискурса как основного канала коммуникации в наши дни делает актуальным его изучение с позиции самостоятельного коммуникативного феномена, имеющего собственные коммуникативные признаки и закономерности. Термин коммуникация в самых разных работах используется очень широко и понимается неоднозначно, но при этом не конкретизируется и не уточняется. Если выделить общее ядро из всех лингвистических определений коммуникации как центрального понятия коммуникативной лингвистики, то в самом сокращенном виде под коммуникацией будет пониматься информационное общение, обмен мыслями, сведениями и т.д.

Необходимыми составляющими такого информационного общения являются адресант, адресат и сама информация. Остановимся на этом кратком перечне, несмотря на то, что на самом деле компонентов коммуникации выделяется намного больше. Гораздо важнее отметить оценку коммуникации в современном мире. Как было заявлено, происходящая в современном мире глобальная трансформация индустриального общества в информационно-коммуникативное общество сопровождается не только проникновением коммуникации во все сферы жизнедеятельности общества, возникновением и развитием качественно нового типа коммуникативных структур и процессов, но и глубоким переосмыслением коммуникативной природы социальной реальности, современных изменений в социально-коммуникативной сфере, места и роли коммуникаций в развитии общества [Василик, 2004, с. 4]. Информация и коммуникация могут даже объединяться в одном продукте и ориентироваться при этом на повседневную жизнь людей в решении их проблем [Nordin, 2022, р. 1]. Подобное проникновение коммуникации во все сферы жизни общества затронуло также роль медиакоммуникации в создании ситуаций риска в обществе, когда любой человек на общественной медиаплатформе может разделять информацию, как ценную, так и ошибочную [Genereux, 2021, р. 1178].

В современных лингвистических работах по информации отмечается, что главная функция коммуникации, а именно информационная, заключается в передаче информации, при этом сообщение может быть безадресным, не ориентированным на какое-то конкретное лицо. В этом смысле возможна асимметричная коммуникация [Морозова, Базылева, 2014, с. 206]. При описании процесса коммуникации привлекается и ее синоним – общение. Здесь интересно учесть мнение психолога. По мнению Б.Д. Парыгина, несмотря на то, что общение между людьми происходит через обмен информацией, понимаемой в предельно широком смысле, есть и другая, не укладывающаяся в рамки утилитарного обмена безличной (деловой) информацией, функция коммуникации как глубинной психологической связи субъектов общения, которая состоит в передаче элементов уникальности в психическом состоянии и структуре личностного потенциала общающихся. Такое общение представляет собой не просто информационное, а, по определению Б. Д. Парыгина, – «энергоинформационное» поле [Парыгин, 1999, с. 211].

Чем может быть коммуникация в медиадискурсе?

Медиадискурс в наши дни становится явлением практически всеохватывающим и в целом может быть определен как совокупность всех процессов речевой деятельности в области средств массовой информации, включая и вопросы их координирования. Вся информация оценивается как равная, независимо от того, является ли она положительной или отрицательной, поставляется ли она журналистами или обычными гражданами, не принимается также во внимание и ее распространение по каналам [Vreese Claes de, p. 216]. Нельзя, таким образом, не признать, что медиадискурс – это совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия [Грибовод, 2013, с. 118]. По сути, медиадискурс наших дней превратился в «энергоинформационное поле», о котором мы упоминали выше.

Цель данной статьи заключается в уяснении сути коммуниктивной природы англоязычного медиадискурса, его информационной специфики, детерминируемой коммуницирующими сторонами в континууме совместной социально значимой деятельности. Именно в таком формате в полной мере обнаруживает себя актуальное для современного мира явление, определяемое как национальная идентичность, когда адресатом медиадискурса становится нация [Castells, 2009; Epstein, 2011]. Как неоднократно отмечалось, идентичность конструируется именно на базе ситуативно обусловленного коммуникативного опыта [Bamberg et al., 2011]. Иначе говоря, идея того, что существует «истинное Я», стоящее за дискурсом, есть не что иное, как результат дискурсивных практик [Benwell & Stokoe, 2006]. Согласно дискурсивному подходу к идентичности, продуктом взаимодействия становится не только Я как индивид, но и вся система его взаимодействий [Мельникова, 2014, с. 59-60].

В практике исследования достижение цели обусловило использование соответствующих **методов**: описательного, сопоставительного, метода дискурсивного анализа, методов дефиниционного и контекстуального анализа.

2. ИНФОРМАЦИОННАЯ СТРУКТУРА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИНТЕРНЕТ-ИСТОЧНИКОВ

В изучении коммуниктивной природы медиадискурса следует, по-видимому, прежде всего, исходить из того факта, что в медиадискурсе фигурируют не вымышленные персонажи, а реальные люди, которые в той или иной форме сообщают о себе и других важные факты времени, проще говоря, коммуницируют. Это в первую очередь касается печатных материалов, к которым относятся и газеты, выложенные в интернет, и которые в интернет-формате могут квалифицироваться как интернет-источники. Именно таковые и учитываются в данной работе. В обширном информационном пространстве ряда британских (The Independent, The Guardian) и американских (The Washington Post, The New York Times) газет, помещающих свои материалы в формате *online*, остановимся лишь на некоторых их рубриках, наглядно свидетельствующих об информационной структуре данного типа интернет-источников. Что касается британских газет, в частности, The Independent, то там выделяются такие рубрики как News, Independent TV, Climate, Sport, Voices, Culture, Premium, Indy/Life, IndyBest, Indy100, My Independent, Vouchers, Compare, Opinions. Американские газеты характеризуются еще большим разнообразием рубрик, а именно Politics, Opinions, Investigations, Tech, World, Sports, Arts and Entertainment, Business, Climate and Environment, Coronavirus, Education, Food, Health, History, Immigration, Lifestyle, Media, Outlook, Religion, Science, Weather, Photography и др.

Медиадискурс, актуализированный в указанных газетах, дифференцирован, структурно оформлен и ориентирован на разные аспекты жизни британцев и американцев как нации. Как же при этом организуется коммуникация с учетом отмеченных выше подробностей, а также трех ее выделенных составляющих, а именно адресата, адресанта и информации как таковой? Адресант, на первый взгляд, не вызывает трудностей при его определении, им являются либо автор статьи (в американских газетах указываемый чаще, чем в британских), либо редактор газеты, так или иначе участвующий в издании номера. Адресат же может быть выявлен лишь через характер публикуемой информации, которая, с одной стороны, свидетельствует об асимметричной коммуникации, а с другой – является переосмыслением коммуникативной природы социальной реальности, современных изменений в социально-коммуникативной сфере, места и роли коммуникаций в развитии общества [Василик, 2004, с. 4]. Называется, однако, и другая, не укладывающаяся в рамки утилитарного обмена безличной (деловой) информацией, функция коммуникации – как глубинной психологической связи субъектов общения [Парыгин, 1999, с. 63].

Именно с этой точки зрения, то есть с учетом глубинной психологической связи субъектов общения наиболее перспективно рассматривать коммуникацию англоязычного медиадискурса, которая уже может квалифицироваться как коммуникативная деятельность адресанта и адресата. Публикуемая информация, за исключением политических новостей, практически полностью касается жизни британцев и американцев, выявляя их как адресатов, объединяемых глубинной психологической связью. С этой точки зрения, можно говорить об отраженной средствами медиадискурса национальной идентичности британцев и американцев. Таким образом, адресат и публикуемая информация, составляя единое целое, указывают на запрограммированность информации, поставляемой для собственной нации.

На это указывает и тот факт, что в англоязычных медиа редко встречаются упоминания других национальностей, даже в новостных сообщениях. С другой стороны, однако, британцы в самой стабильной манере именуют себя лексически разнообразно, возможно, способствуя тем самым усилению национального самопознания. Такое разнообразие наименований британской национальности невольно обращает на себя внимание. Для обозначения национальности «британцы» были использованы следующие лексические единицы:

- **“British people”** (*Almost half of British people want a second referendum on Brexit, a new poll has found* [The Independent, 2018]);
- **“the British”** (*Brexit hasn't materially altered their view of Britain and the British* [The Guardian, 2019]);
- **“Britons”** (*Germany was the most the popular member state for Britons seeking citizenship* [The Independent, 2018]);
- **“Brits”** (*This seemingly obvious fact is clear as day to Europe, but still appears to escape millions of Brits* [The Guardian, 2018]).

Множественность наименований своей нации не может не свидетельствовать об особом ощущении британцами себя в самых различных состояниях и проявлениях, а особенно в противопоставлении к другим нациям, которые именуются исключительно однозначно.

Для адресантов англоязычного медиадискурса характерно участие интервьюируемого в сообщении практически в роли его автора, сообщающего самую основную информацию. Часто при этом указывается имя лица (чаще женщины), оценивающего описываемую ситуацию с собственной позиции как представителя британской нации:

(1) *Sarah Everard: what's being done to help women feel safer on the streets?* [The Guardian, 2021].

(2) *Sophie Walker, Chief Executive of YWT, said: "Young women across the UK are pushed into doing jobs that society values and pays less; they are pushed into providing low paid and unpaid care work"* [The Independent, 2019].

Подобная практика оформления заголовка медиастатьи является исключительной принадлежностью медиадискурса.

3. НАЦИОНАЛЬНАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ АНГЛОЯЗЫЧНОГО МЕДИАДИСКУРСА КАК ОСОБЕННОСТЬ ЕГО ИНФОРМАТИВНОЙ СТРУКТУРЫ

Англоязычный медиадискурс обнаруживает заметные вариации в его британской и американской разновидностях. Такое различие проявляется уже в заголовках отдельных статей. Заголовок, как известно, представляет особый интерес как вид малоформатного текста, а такой текст в свою очередь интересен тем, что должен минимальными средствами выразить по возможности максимальное содержание [Vedeneva et al., 2018; Черкунова, 2019]. Характерно, что даже на таком материале отражается национальная специфика медиадискурса.

Судя по заголовкам британских газет, можно заключить, что для британцев очень существенным является указание на источник информации, что совершенно не характерно для американцев.

Most Britons still trust AstraZeneca vaccine, YouGov poll shows [The Independent, 2021].

Only 18 per cent of Britons think Brexit is going well, poll finds [The Independent, 2021].

Millions of Brits feel 'overwhelmed' by life pressures, study finds [The Independent, 2018].

Americans are eager for air travel this holiday season, but is the system ready for them? [The Washington Post, 2021].

Are Americans starting to embrace one-earner households again? [The Washington Post, 2021].

Why are Americans acting like this? [The Washington Post, 2021].

Американским статьям в своем стиле изложения свойственна эмоциональность, в связи с этим отмечается и большее использование заголовков-вопросительных предложений. Что касается британских медиатекстов, то среди заголовков статей был отмечен такой структурный тип, как повествовательное предложение со словом *Why*: *Why the Brits should stick to honouring British artists* [The Washington Post, 2019].

Подобные языковые моменты, касающиеся передаваемой текстом информации, всегда добавляют в нее что-либо особенное, привычное и даже, возможно, ожидаемое для той или иной нации. То же самое привносится и упоминанием собственной национальности в рамках британских новостных сообщений, которое является максимально частотным. При этом важно отметить, что с точки зрения тематики в медиастатьях охватывается широкий диапазон вопросов, например:

- вопрос о религиозных верованиях людей: *More than half of the British public (53 per cent) say they are not at all religious – a figure that has increased by five percentage points since 2015* [The Independent, 2017],

- получение европейского гражданства: *A surge has been recorded in the number of British people obtaining the nationality of another EU member state since the referendum* [The Independent, 2018],

- вопрос расовых убеждений британцев: *One in four British people admit to being racially prejudiced* [The Independent, 2017],

- тема Брексита и отношения британцев к процессу прекращения членства в Европейском Союзе: *British people want a soft Brexit putting the economy ahead of cutting immigration* [The Independent, 2017] и т.д.

Это лишь часть вопросов, которые оказываются на повестке дня. Данный факт свидетельствует о предельной концентрации нации на интересах своей страны и ее граждан.

Анализируя публикации в соответствующих разделах американских журналов, можно отметить, что фокус данных изданий не заостряется на большем количестве национальностей. Обращает на себя внимание предпринятая под рубрикой, а именно разделение всех новостных сообщений на категории: Africa, Americas, Asia, Australia, Canada, Europe, Middle East. В британских газетах мы можем найти похожую классификацию, а именно Europe, Middle East, US, Europe, Africa, Asia, Australasia, и очевидно, что наполняемость и в целом использование наименований национальностей в американских источниках менее характерны.

В первую очередь газеты акцентируют внимание на наиболее актуальных вопросах общественной жизни. Широкий диапазон предметов обсуждения, в центре которых стоит нация, а именно совокупность граждан государства. Говоря о вербальной характеристике публикуемых материалов, следует заметить, что в целом прослеживается тенденция использовать лексику *Americans* в качестве идентификации себя, а словосочетание *American people* не пользуется популярностью.

В статьях довольно часто констатируется мнение граждан страны относительно какого-то вопроса или конкретной ситуации в стране, определяется их мнение: *More than twice as many Americans approve as disapprove of special counsel Robert S. Mueller III's efforts, though people's views are shaped by their politics* [The Washington Post, 2017].

Интерес вызовет рубрика *Lifestyle*, которая освещает самые разнообразные факты и события и касается вопросов повседневной жизни человека. Результаты частых опросов и исследований британцев по разным темам дают базу для информации самого разного характера. Вопрос питания занимает у британцев далеко не последнее место, в связи с этим мы можем найти многочисленные статьи на данную тему: *Food is becoming a chore for many Brits who are getting bored with lunch as they eat out of necessity than pleasure* [The Independent, 2018]. При этом множество статей характеризуется наличием статистических данных, и в частности было названо даже среднее количество пиццы, съеденное среднестатистическим британцем: *The average Brit manages to chomp their way through 731 pizzas in their lifetime* [The Independent, 2018]. Кроме того, дается анализ и затем делается вывод относительно пищевых предпочтений: *It shows Brits are broadening their culinary horizons* [The Independent, 2019].

Тема, весьма интересующая британцев, касается и продолжительности сна, в связи с чем было, например, проведено сравнение этого явления в настоящее время и 40 лет назад: *However, according to recent research, Brits are actually sleeping more now than they did four decades ago* [The Independent, 2018]. Вопросы денег и расходов также не оставляют британцев равнодушными: *Brits are planning to cut corners with pre-chopped vegetables, instant gravy and frozen roast potatoes* [The Independent, 2020].

Интересно заметить, что именно в этом разделе британцы могут сравнить себя с представителями американской нации, чаще всего эти сопоставления отражаются в их языковых различиях и ежедневных привычках, например: *British traditions and lingo can sometimes be so puzzling that Americans just can't get their heads around it* [The Guardian, 2018].

Диапазон освещаемых вопросов в Америке также довольно обширен, но разница заключается в том, что внимание сосредотачивается на вопросах исключительно своей нации, в частности вопросов:

- здоровья: *Americans should limit use of daily aspirin meant to prevent heart attack or stroke* [The Washington Post, 2021];
- воспитания: *But spanking is still prevalent in American families, and legal in all states* [The Washington Post, 2021];
- счастья: *Why would Americans be looking across the Atlantic to find prescriptions for happiness?* [The Washington Post, 2018] и многих других.

При более пристальном прочтении статей англоязычного медиадискурса, обращает на себя внимание тот факт, что авторы не всегда употребляют лексические наименования наций (Britons, Americans и т.п.) как их совокупные обозначения, а нередко используют выражение *men and women*. То, что это выражение относится к той или иной конкретной нации, становится очевидным из содержания статьи, но здесь показательно другое, а именно то, что авторы подсознательно разделяют свою нацию по гендерному признаку.

Случаи использования выражения *men and women* в статьях медиадискурса исключительно разнообразны. Иногда акцент сделан на социальный (gender), а иногда на биологический (sex) пол, когда имеется в виду физиология мужчин и женщин, например,

Men and women should follow different diet rules, experts reveal [The Independent, 2017].

Why men and women feel pain differently [The Washington Post, 2021].

Women are twice as likely as men to self-harm [The Independent, 2018].

Will Covid-19 lead to men and women splitting care work more evenly? [The Washington Post, 2020].

Встречаются, однако, и собственно гендерные разделения, причем даже с использование лексемы *gender*, например,

Gender Inequality: What happened when a man and woman switched names at work for a week [The Independent, 2017].

Здесь нельзя не учесть и того, что автор статьи, будучи мужчиной или женщиной (третьего не дано) в материалах своей статьи непременно, так или иначе, выскажется об излагаемой информации с позиций своей гендерной роли. Человек на протяжении жизни одновременно выполняет несколько социальных ролей, и его речь, являясь их показателем и средством утверждения, меняется в зависимости от ситуации. Следует также подчеркнуть, что автор при написании медиа-статей, согласно регламентам стиля, должен придерживаться нейтральной манеры изложения, следовать правилам политической корректности, избегать употребления эмоционально-окрашенных слов и выражений, а также исключать явную демонстрацию собственного мнения. Однако во многих случаях оценка и/или собственное мнение автора, тем не менее, присутствует имплицитно. В авторской речи нация часто актуализируется именно как состоящее из мужчин и женщин сообщество, составные части которого разнятся только в количестве голосов по какому-либо вопросу:

60 % of women struggle to articulate their thoughts and ideas during interviews, poll claims [The Independent, 2018].

Survey results released today found six in 10 women struggle to articulate their thoughts and ideas during interviews [The Independent, 2018].

Стремительно меняющиеся социальные условия оказывают влияние на жизнь людей в обществе, и именно медиадискурс отражает данные трансформации женских и мужских поведенческих стереотипов. Сегодня женщина, пробуя себя в другой гендерной роли, хочет во

всем чувствовать себя равной с представителями мужского пола, в связи с чем британские женщины ставят вопросы гендерного равенства во главу угла. Данная особенность просматривается в следующем высказывании: *Despite progress in closing the equality gap, 91 % of men and 86 % of women hold at least one bias against women in relation to politics, economics, education, violence or reproductive rights* [The Guardian, 2020]. Таким образом, несмотря на сложившиеся тысячелетиями гендерные стереотипы о роли и месте женщины, в настоящее время происходит маскулинизация женских образов, что напрямую связано с процессами феминизма в социуме. Медиадискурс первым реагирует на такие изменения.

Гендерные различия американцев и британцев напрямую связаны с социально-политическими явлениями, через призму которых они и выражаются. В Америке этим признаком часто оказывается цвет кожи, который сейчас акцентируется особенно часто: *Boston now has an Asian American woman as mayor. Why are so few women of color in elected office?* [The Washington Post, 2021]. Заявления *I'm Black* являются весьма популярными в американском медиадискурсе, фактически превратившись в вербальное клише, используемое и мужчинами, и женщинами примерно в соразмерном объеме.

В авторской речи такие клише также присутствуют: *Melanie Charles knows the impact Black women have had on jazz* [The Washington Post, 2021].

Black women are proving their strength by giving themselves permission to say no [The Washington Post, 2021].

What does reality TV owe Black women? [The Washington Post, 2021].

Американцы особо тонко чувствуют отношение женщин к политике: *More women are tuning out politics — a danger sign for Democrats in Virginia and beyond* [The Washington Post, 2021].

Yes, Congress should make women eligible for the draft; How Trump mobilized women — including me [The Washington Post, 2021].

Подобное внимание к женскому вопросу в политике также свидетельствует о несомненном осознании говорящим (в данном случае автором) роли женщин в структуре нации как о факторе идентификации.

Американцы отмечают при этом и негативную роль общества в положении женщин:

Our economy was designed to fail women — and it does [The Washington Post, 2021].

In 2021, women's sports still provide more outrage than empowerment [The Washington Post, 2021].

Women of America are not calm right now [The Washington Post, 2021].

В рамках англоязычного медиадискурса мужчины и женщины идентифицируются по-разному. Для американцев важным признаком оказывается расовая принадлежность, формирующая расовую нишу. Тем не менее, и расовое меньшинство включается во все возможные социально-политические ситуации, которые сразу отражаются в медиадискурсе. Национальное меньшинство, выражая свою принадлежность, самым непосредственным образом заявляет о себе: *I'm Black*, где Black пишется, как правило, с заглавной буквы. *I'm Asian* также часто используется и упоминается в социально-политическом контексте и тоже выражает принадлежность к группе.

Противопоставление белокожих и темнокожих и отношение к ним общества также фиксируется в медиадискурсе: *The media loves 'missing' White women; Black women are already missing from public view* [The Washington Post, 2021].

Суммируя сказанное, можно заключить, что современный медиадискурс имеет ярко выраженную гендерную направленность. Она актуализируется главным образом за счет

публикаций, авторами которых являются женщины. С другой стороны, обсуждаемые ими темы, являясь показателем социальных изменений в социуме, начинают формировать новый информационный блок англоязычного медиадискурса, получающего, таким образом, заметный гендерный нюанс.

В британских СМИ противопоставление мужчин и женщин в составе британской нации может касаться самых разных сторон жизни:

Women are more likely to suffer work burnout than men, study finds [The Independent, 2018].

Five ways men contribute more to the climate crisis than women [The Independent, 2018].

В итоге можно сделать вывод о том, что наличие национальной гендерной идентичности в современном англоязычном медиадискурсе не подлежит сомнению. Как британцы, так и американцы, обсуждая проблемы нации в обществе, предпочитают особо конкретизировать их в гендерной плоскости. Вербальные проявления национальной гендерной идентичности достаточно многообразны, и одним из наиболее типичных видов является особое акцентирование проблемы, в большинстве случаев касающейся женщин.

4. ЭМОЦИОНАЛЬНОСТЬ АНГЛОЯЗЫЧНОГО МЕДИАДИСКУРСА С ПОЗИЦИИ ЕГО КОММУНИКАТИВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК

Британцы и американцы заметно различаются по эмоциональности, и это различие обнаруживает себя в коммуникативной информативности статей медиадискурса. В работах по межкультурной коммуникации отмечается, что одной из особенностей английской коммуникативной культуры является эмоциональная сдержанность. Британцам свойственны спокойствие и выдержка в высказываниях, а также привычка выражать отношение к тому или иному предмету в гораздо менее экспрессивных выражениях, чем требует ситуация. Напротив, американцы, чей уровень эмоциональности высок, очень откровенны в выражении своих чувств, особенно если тот или иной предмет их действительно затрагивает. Американцы мало заботятся о том, чтобы маскировать свои эмоции, в выражении которых они очень непосредственны. У них не принято скрывать эмоции, которые могут публично выражаться эмоциональными междометиями, визгом, криком.

Таким образом, соответствующие особенности, определяющие характер нации, не могут не проявляться в медиа-текстах, несмотря на стандартизированность публицистики. В итоге, так или иначе, любой текст отражает не только личность автора как индивида, но и как представителя конкретной нации в целом. Эмоциональность СМИ в настоящее время изучается особенно подробно, при этом выделяются такие аспекты, как (1) логика производства и восприятия медиапродукта, (2) границы медиадискурса, (3) семиотические ресурсы, используемые для создания эмоциональности [Zappettini, 2021, p. 588].

Британский государственный и политический деятель Уинстон Черчилль высказал мысль о британской нации: “The British nation is unique in this respect: they are the only people who like to be told how bad things are, who like to be told the worst” («Британская нация уникальна: они – единственные люди, которым нравится слышать, что все очень плохо, и даже хуже некуда» – перевод наш. Ю.М., М.М.). Своеобразный пессимизм британской нации прослеживается также и на страницах прессы. Просматривая ленту британских ежедневных газет, можно отметить на первой полосе преобладание статей, заголовки которых имеют отрицательную коннотацию: It will cost lives: experts decry UK government’s mixed Covid-19 messaging [The Guardian, 2020].

Что касается американских газет, то здесь пессимизм явно не находит себе места в заголовках, например: *Priorities are tested for working moms at home during the pandemic или On Politics: Coronavirus at the White House, Colorado Hair Salons are Reopening, With New Rules* [The Washington Post, 2020]. Таким образом, нельзя не заметить, что представителям американской нации, по сравнению с представителями британской нации, свойственно более оптимистичное мировосприятие, что отражается в самом широком медиадискурсивном пространстве.

Эмоциональность может проявляться в виде самых разных языковых выражений и стилистических фигур. Значимым выразительным средством синтаксиса является риторический вопрос. Риторический вопрос используется для усиления эмоциональности, выразительности речи, для привлечения внимания читателя к тому или иному явлению, причем нельзя не заметить, что данная особенность свойственна всем рубрикам газет:

Why isn't Trump trying to win? [The Guardian, 2020]

What Is Next for the Class of 2020? [The New York Times, 2020]

A Rescue Plan for the Planet? [The Washington Post, 2021]

Will fans make it to the ballpark this year? [The Washington Post, 2020]

What's gone wrong with America? [The Washington Post, 2020]

Thinking of Traveling in the U.S.? [The New York Times, 2019]

Риторический вопрос в американских новостных сообщениях – это своего рода попытка автора приостановить поток информации и заставить читателя подумать самому над излагаемым вопросом. Неожиданный эмоциональный толчок, задаваемый риторическим вопросом, в полной мере характерен для американского медиадискурса. Что касается британских ежедневных газет, то там также фиксируется употребление риторических вопросов, хотя и не так активно, как в американских СМИ и с большей тематической зависимостью. В газетах The Independent и The Guardian чаще всего можно встретить риторические вопросы в медиатекстах, во многих случаях, принадлежащих разделам Voices/Opinion, где публикуются комментарии и мнения колумнистов газет о различных событиях. Другой отличительной чертой эмоциональности британцев является выражение именно отрицательных эмоций посредством риторических вопросов.

Для британских газет, более характерно проявление эмоций в косвенной речи и цитатах. Авторами в медиатекст вставляются гиперссылки, комментарии третьих лиц и различные фрагменты. Это не всегда делается с целью уточнения информации, как правило, автор дополняет текст цитатной речью эксперта по поводу освещаемого события. Зачастую подобные комментарии добавляют чью-то интерпретацию происходящего. Смысловая нагруженность сообщения становится более объемной и многомерной, а в информационной канве текста появляется дополнительная модальность: в ней прослеживаются семантические элементы положительной или отрицательной оценки, модальности вероятности, оценки тождества, экспрессивности, эмоциональной напряженности [Акимцева, 2019].

При этом автор статьи как бы снимает с себя ответственность за использование некоторых излишне эмоциональных слов и поэтому выделяет их кавычками: *Michael Gove has said that the government "absolutely" will not allow a second referendum on Scottish independence within the next five years* [The Independent, 2019].

"Totally disrespectful": police interrupt funeral while enforcing social distancing rules over Easter weekend, Trump's idea of the Fourth of July is totally wrong [The Guardian, 2020].

Сегодня медиасфера все больше отходит от употребления цитат лишь в качестве доказательства и придания достоверности и объективности, а все чаще использует различные

трансформации цитат для оказания нужного воздействия на адресата, осуществления стилистических и прагматических задач [Пономаренко, 2011].

Авторы британских изданий предпочитают включать комментарии третьих лиц как в основной текст статьи, так и в заголовок и делают это более часто по сравнению с их коллегами-американцами. Сравнивая частотность использования комментариев третьих лиц в текстах новостных сообщений и количество вводимых имен, можно сделать вывод, что представители британской нации чувствуют большую необходимость в опоре на чужие свидетельства. В частности, в статье “Coronavirus: Schools should be among first to reopen when lockdown eases” британского издания The Independent, примечательным является то, что автор стремится использовать цитатную речь эксперта в полном объеме: *Asked whether the government would have Labour’s backing to reopen schools, Sir Keir replied: What I’m saying is we need to know what the strategy is, discuss it, challenge it and check that it’s right. And then I genuinely would hope we could build consensus around it and if we think it’s the right strategy, the Labour Party would support it* [The Independent, 2020]. Кроме того, автор новостной статьи не может взять на себя обязательство использования некоторых отдельных слов и проявить излишнюю эмоциональность, поэтому выделяет их кавычками: *While declining to set out a “rival plan”, he insisted he had “concerns” that the closures of schools across the UK were worsening inequalities between children who have resources and those in overcrowded accommodation.* В то же время для американской прессы не характерно повышенное использование средств цитирования чужой речи, автор новостной статьи не всегда акцентирует внимание на том, что это не его слова, а лишь концентрирует внимание читателя на происходящих событиях: *He says the data suggests that children have not been super-spreaders of the coronavirus. But schools, he said, should introduce social distancing, ensuring that students do not mix during breaks, and should provide protective gear for teachers* [The Washington Post, 2020].

Несмотря на схожесть выполняемой функции британского и американского изданий, наличие у них разных национально-культурных особенностей отражается в различной стилистической опрае информации. Язык британской прессы изобилует фактуальными высказываниями и частотным использованием комментариев третьих лиц, в то время как для языка «прессы новостей» США характерно использование средств выразительности, создающих яркие концептуальные образы. Таким образом, очевидно, что медиадискурс является ресурсом, отражающим национальный характер нации, который актуализируется в большей степени на страницах новостных медиатекстов. Следовательно, мы можем говорить об информационном блоке англоязычного медиадискурса, которому присущ заметный национальный колорит.

Рассмотренные вопросы важны не только для собственно научного осмысления филологами, но и как самостоятельные аспекты в преподавании английского языка, особенно в вузах, готовящих специалистов в сфере журналистики, международной коммуникации и делового взаимодействия, общественно-политической деятельности, рекламы и т.п. Таким специалистам необходимо, с одной стороны, правильно воспринимать информацию в материалах СМИ и не давать вводить себя в заблуждение умелыми коммуникативными манипуляциями, а с другой стороны, вырабатывать собственные навыки компетентного использования различных речевых средств для эффективного воздействия на людей, с которыми они взаимодействуют в тех или иных профессиональных ситуациях [Desyatova & Malakhova, 2018; Ledeneva, 2018]. В этом плане публикации в качественной прессе служат прекрасным источником материала для изучения прагматического потенциала англоязычного медиадискурса.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Англоязычный медиадискурс, рассмотренный в аспекте его коммуникативных характеристик, продемонстрировал зависимость трех базовых составляющих языковой коммуникации, а именно автора (адресанта) сообщения, адресата и транслируемой информации, в своеобразной функциональной актуализации, когда все они оказываются детерминированными друг другом. В проанализированном сегменте медиадискурса отчетливо проявляется исключительная предназначенность информации для собственных наций, в передаче которой их представители принимают участие наравне с автором. Языковые особенности такого взаимодействия проявляются, например, в оформлении заголовка медиастатьи, который маркирует конкретное лицо национальности и включает его слова в форме прямой речи.

Англоязычный медиадискурс обнаруживает заметные вариации в его британской и американской разновидностях, что также находит отражение как в языковом оформлении текста, так и в передаваемой им информации.

Особенностью англоязычного медиадискурса оказывается также гендерная составляющая передаваемой информации, когда автор статьи высказывается об излагаемой информации с позиции своей гендерной роли.

Эмоциональность представления передаваемой информации оказывается еще одним заметным фактором англоязычного медиадискурса, что проявляется в самых разных способах языковой актуализации, находящих отклик у британской и американской аудиторий.

Коммуникация англоязычного медиадискурса характеризуется глубоким осмыслением коммуникативной природы современной социальной реальности, демонстрируя глубинную психологическую связь субъектов общения. Учитывая многие факторы, регулирующие в итоге информацию рассмотренных интернет-источников, нельзя не заметить, что в целом организация такой коммуникации носит профессионально выраженный характер и в этой связи также может причисляться к деловой коммуникации.

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акимцева Ю. В. Дискурс прессы как важный фактор формирования концептуальной картины мира британцев // Дискурс профессиональной коммуникации. 2019. № 1(3). С. 26-40. doi: 10.24833/2687-0126-2019-1-3-26-40
2. Василик М. А. Наука о коммуникации или теория коммуникации? К проблеме теоретической идентификации // Актуальные проблемы теории коммуникации. Сборник научных трудов. СПб. Изд-во СПбГПУ. 2004. С. 4-11.
3. Грибовод Е. Г. Медиадискурс // Дискурс-Пи. 2013. № 3 (13). С. 118.
4. Мельникова О. Т. Дискурсивный подход к исследованию идентичности // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2014. № 1. С. 59-71.

5. Морозова О. Н., Базылева О. А. Определение понятия коммуникации в современной лингвистике // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. 2014. № 2. С. 204-211.
6. Парыгин Б. Д. Анатомия общения: Учеб. пособие. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 1999.
7. Пономаренко Е. В. Межнациональное деловое общение: убеждение или манипуляция? // Проблемы эффективности делового общения на иностранном языке: Сборник научных докладов / Под редакцией Л.К. Раицкой. М.: МГОУ, 2011. С. 60-64.
8. Черкунова М. В. Аннотация как вид малоформатного текста // Малоформатные тексты в различных типах англоязычного дискурса: сборник научных статей / Отв. ред. А. А. Харьковская, И. Б. Кривченко. Самара: Самарский университет, 2019. С. 149-159.
9. Bamberg M. Discourse and Identity Construction / M. Bamberg, A. De Fina, D. Schiffrin // Handbook of Identity Theory and Research / ed. by S. J. Schwartz, K. Luyckx, V. L. Vignoles. N.Y.: Springer, 2011. P. 177-200.
10. Benwell B., Stokoe E. Discourse and Identity. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2006.
11. Castells M. The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society, and Culture. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009.
12. Desyatova O. V., Malakhova V. L. Linguocultural aspects in training international business specialists // INTED2018 Proceedings: 12th International Technology, Education and Development Conference, March 5th-7th 2018, Valencia, Spain. 2018. P. 8476-8483. doi: 10.21125/inted.2018.2052
13. Epstein C. Who speaks? Discourse, the Subject and the Study of Identity in International Politics // European Journal of International Relations. 2011. Issue 17 (2). P. 327-350.
14. Génèreux M., David M.D., O'Sullivan T. et al. Communication strategies and media discourses in the age of COVID-19: an urgent need for action // Health Promotion International. 2021. Issue 36(4). P. 1178-1185. doi: 10.1093/heapro/daaa136
15. Ledeneva S. Advertising as Specific Discourse Type: Ontology and Functional Pragmatics // 5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2018, SGEM2018 Vienna ART Conference Proceedings. 2018. Vol. 5. Issue 3.1. P. 3-10. doi: 10.5593/sgemsocial2018H/31/S10.001
16. Nordin S., Sturge J., Ayoub M., et al. The Role of Information and Communication Technology (ICT) for Older Adults' Decision-Making Related to Health, and Health and Social Care Services in Daily Life // International Journal of Environmental Research and Public Health. 2022. Issue 19. P. 151. doi: 10.3390/ijerph19010151
17. Vedeneva Y. V., Kharkovskaya A. A., Malakhova V. L. Minitexts of poetic titles as markers of the English cognitive paradigm // Training, Language and Culture. 2018. Issue 2(2). P. 26-39. doi: 10.29366/2018tlc.2.2.2
18. Vreese Claes de. Beyond the Darkness: Research on Participation in Online Media and Discourse // Media and Communication. 2021. Volume 9, issue 1. P. 215–216. doi: 10.17645/mac.v9i1.3815
19. Zappettini F., Ponton D. M., Larina T. V. Emotionalisation of contemporary media discourse: A research agenda // Russian Journal of Linguistics. 2021. Issue 25 (3). P. 586–610. doi: <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-3-586-610>

REFERENCES

1. Akimtseva, Y. V. (2019). Diskurs pressy kak vazhnyj faktor formirovaniya konceptual'noj kartiny mira britancev [Discourse of the British press as the main factor of the formation of conceptual

- vision of the world]. *Professional Discourse & Communication*, 1(3), 26-40 (in Russian). doi: <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2019-1-3-26-40>
2. Vasilik, M. A. (2004). Nauka o kommunikatsii ili teoriya kommunikatsii? [The science of communication or the theory of communication?]. *Aktualnye problemy teorii kommunikatsii. Sbornik nauchnykh trudov* [Topical issues of the theory of communication. A collection of scientific papers]. Saint Petersburg GPU, 4-11 (in Russian).
 3. Gribovod, E. G. (2013). Mediadiskurs [Media discourse]. *Diskurs Pi* [Discourse pee]. 3(13), 118 (in Russian).
 4. Mel'nikova, O. T. (2014). Diskursivny podkhod k issledovaniyu identichnosti [A scientific approach to the study of identity]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Series 14. Psychologia*, 1, 59-71. [Bulletin of Moscow University. Series 14. Psychology] (in Russian).
 5. Morozova, O. N., Bazyleva, O. A. (2014). Opredelenie ponyatiya kommunikatsii v sovremennoy lingvistike [The definition of the notion of communication in contemporary linguistics]. *Vestnik leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A. S. Pushkina* [Bulletin of A. S. Pushkin Leningrad state university], 2, 204-211 (in Russian).
 6. Parygin, B. D. (1999). *Anatomiya obshcheniya: Ucheb. posobie* [The anatomy of communication: Student's Book]. Saint Petersburg (in Russian).
 7. Ponomarenko, E. V. (2011). Mezhnacional'noe delovoe obshchenie: ubezhdenie ili manipuljaciya? [International business communication: persuasion or manipulation?]. *Problemy effektivnosti delovogo obshheniya na inostrannom jazyke: Sbornik nauchnykh dokladov* [Issues of efficient business communication in foreign languages: Collection of research papers]. Moscow: MGOU, 60-64 (in Russian).
 8. Cherkunova, M. V. (2019). Annotaciya kak vid maloformatnogo teksta [Abstract as a type of minitexts]. In A. A. Kharkovskaya, I. B. Krivchenko (Eds.). *Maloformatnye teksty v razlichnykh tipah angloyazychnogo diskursa: sbornik nauchnykh statej* [Mini-format texts in different discourse types: collected papers] (pp. 149-159), Samara: Samara University.
 9. Bamberg, M., De Fina, A., & Schiffirin, D. (2011). Discourse and Identity Construction. In S. J. Schwartz, K. Luyckx, V. L. Vignoles (Eds.). *Handbook of Identity Theory and Research* (pp. 177-200), N. Y.: Springer.
 10. Benwell, B., & Stokoe, E. (2006). *Discourse and Identity*. Edinburgh University Press.
 11. Castells, M. (2009). *The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society, and Culture*. Oxford: Wiley-Blackwell.
 12. Desyatova, O. V., & Malakhova, V. L. (2018). Linguocultural aspects in training international business specialists. *INTED2018: 12th International Technology, Education and Development Conference March 5th-7th, 2018: proceedings* (pp. 8476-8483), Valencia, Spain. doi:10.21125/inted.2018.2052
 13. Epstein, C. (2011). Who speaks? Discourse, the Subject and the Study of Identity in International Politics. *European Journal of International Relations*, 17 (2), 327-350.
 14. Génereux, M., David, M. D., O'Sullivan, T. et al. (2021). Communication strategies and media discourses in the age of COVID-19: an urgent need for action. *Health Promotion International*, 36(4), 1178-1185. doi:10.1093/heapro/daaa136
 15. Ledeneva, S. (2018). Advertising as Specific Discourse Type: Ontology and Functional Pragmatics. *5th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2018, SGEM2018 Vienna ART Conference Proceedings, 2018, vol. 5 (issue 3.1)*, 3-10. doi: 10.5593/sgemsocial2018H/31/S10.001
 16. Nordin, S., Sturge, J., Ayoub, M. et al. (2021). The Role of Information and Communication Technology (ICT) for Older Adults' Decision-Making Related to Health, and Health and Social Care

- Services in Daily Life – A Scoping Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(1), 151. doi: 10.3390/ijerph19010151
17. Vedeneva, Y. V., Kharkovskaya, A. A., & Malakhova, V. L. (2018). Minitexts of poetic titles as markers of the English cognitive paradigm. *Training, Language and Culture*, 2(2), 26-39. doi:10.29366/2018tlc.2.2.2
18. Vreese, Claes de. (2021). Beyond the Darkness: Research on Participation in Online Media and Discourse. *Media and Communication*, 9 (1), 215-216. doi: 10.17645/mac.v9i1.3815
19. Zappettini, F., Ponton, D. M., & Larina T. V. (2021). Emotionalisation of contemporary media discourse: A research agenda. *Russian Journal of Linguistics*, 25(3), 586-610. doi: <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-3-586-610>

Сведения об авторах:

Трофимова Юлия Михайловна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры английской филологии, факультет иностранных языков, национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева (Саранск, Россия). ORCID: 0000-0001-8935-8233

Мосягина Мария Сергеевна, старший преподаватель кафедр английской филологии, факультет иностранных языков, Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева (Саранск, Россия). ORCID: 0000-0002-7481-8978

Получено: 8 января 2022 г.

Принято к публикации: 2 марта 2022 г.

NATIONALLY ORIENTATED COMMUNICATION AS THE BASIC FUNCTION OF PROFESSIONAL ACTIVITY IN ENGLISH MASS MEDIA

Yulia M. Trofimova
primavera49@list.ru

Maria S. Mosyagina
mmashamos@yandex.ru

National Research Ogarev Mordovia State University
(Saransk, Russia)

Abstract: This article aims to disclose the communicative essence of the English media discourse and the specificity of transmitted information which is determined by both interrelated

parties (i.e. the media sources and the readers) involved in this socially valid communicative process. The English media discourse is examined in the British and American variants.

The three parts of media communication comprising the author, the addressee, and the information itself are actualized in media discourse articles in a very peculiar form of their interconnection. The media orientation towards the addressee, i.e. the British and American public, leads to the articles being not only linguistically adapted, but also thematically focused on the information which is habitual and even desirable for each of the said communities. The author often acts as a moderator who stays, figuratively speaking, behind the scene, and just regulates or verbalizes the information communicated by various representatives of the nations regarded as his/her full-fledged co-authors.

The article also considers the gender aspect of media communication where male and female issues bear their respective linguistic and thematic features.

The emotional colouring of the transmitted information turns out to be another specific point of the English media discourse that appeals to the British and American public through the use of certain linguistic means.

The authors conclude that from the national identity-related perspective English media communication may be characterized as an information field that incorporates issues of importance for both nations, renders them with the help of nationally adapted wording, and thus even forms a sort of “energy space”.

Keywords: communication, mass media discourse, information, nation, identity, gender, emotional colouring.

How to cite this article: Trofimova Y.M., Mosyagina M.S. (2022). Nationally Orientated Communication as the Basic Function of Professional Activity in English Mass Media. *Professional Discourse & Communication*, 4(1), pp. 21–36. (in Russian). <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-1-21-36>

About the authors:

Yulia M. Trofimova, Dr. Sci. (Philology) is professor in the English Philology Department at National Research Ogarev Mordovia State University (Saransk, Russia). ORCID: 0000-0001-8935-8233

Maria S. Mosyagina is senior lecturer in the English Philology Department at National Research Ogarev Mordovia State University (Saransk, Russia). ORCID: 0000-0002-7481-8978

Received: January 8, 2022.

Accepted: March 2, 2022.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-1-37-45>

A NARRATIVE INQUIRY INTO THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN ONLINE BUSINESSES IN THE PHILIPPINES

Joanna Paula Perez, Jhoyce Dialyn Poblete, and Louie Giray*

*Corresponding author: lggiray@pup.edu.ph
Polytechnic University of the Philippines

Abstract: Social media is not only used for entertainment and personal communication. It is also utilized in transactions of businesses and interactions with customers. This research explores the perceptions and experiences of online business owners concerning the role of social media in their businesses. Narrative inquiry was used as a research design. Qualitative data were collected through semi-structured interviews online. The study used purposive sampling to identify people who are willing to share their perspectives and experiences. The results show that business owners attribute the increase of their consumers' reach and consequently growth in sales to social media. While business owners believe in the essential engagement of social media in businesses, they offer a caveat to be observant of the comments inputted by the people who interact with their online business presence because they can make or break the business reputation.

Keywords: social media, online business, narrative inquiry, Filipino business.

How to cite this article: Perez, J.P., Poblete, J.D., Giray, L. (2022). A Narrative Inquiry Into the Role of Social Media in Online Businesses in the Philippines. *Professional Discourse & Communication*, 4(1), pp. 37–45. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-1-37-45>

1. INTRODUCTION

1.1. Background

Social networks are a special multimedia platform [Brogan, 2010]. Social networking sites, such as Facebook, Instagram, and Twitter, make it possible to communicate with other people even at a faraway distance. They allow users to exchange ideas, connect with others, get an insight into various issues of the world and share their views [Gillin, 2008]. Social media can be used for different purposes, for example for education, communication, entertainment, news — and even the sales of goods and services.

Because people can conveniently use smartphones and various kinds of gadgets to access the Internet, the number of social media users is increasingly growing [Siddiqui & Singh, 2016]. Today,

there are about four billion people worldwide who use social media [Brogan, 2010]. Meanwhile, social media is one of the fastest channels for reaching more consumers from an economical point of view. It is used as a marketing tactic that enables customers to learn about the goods and services for which they are ready to pay. It improves revenue, customer loyalty makes it easy for sellers to get reviews and more business connections [Gillin, 2008].

A business owner will potentially get a general view of goods and services with the help of social media. This can be seen as a tool for improving the usage of data to align them with consumer preferences, which makes it possible to reach more new customers. Online, certain businesses look fine but do not have good products and services. If a business does not achieve customer satisfaction, it can be conveniently bashed online. The name of the business will quickly be ruined, meanwhile the consumers' trust is hard to recover.

1.2. Objective of the study

The prime goal of this study is to explore the perceptions and experiences of online business owners concerning the role of social media in their businesses. Gaining knowledge and a deeper understanding of how social media aids in business can be a significant thinking tool for those who are in the same field and for those who want to undertake the same business style.

1.3. Literature review: social media

The term “social media” can be described in a variety of ways. It is a set of web-based features that enable users to (1) build a public or semi-public account within a confined system, (2) establish a list of other users with whom they interact, and (3) browse and traverse their list of links as well as those generated by others within the structure [Boyd & Ellison, 2007].

Although researchers presume an inherent grasp of social media based on existing technology, there is no widely recognized description of what social media are, both operationally and philosophically. Nonetheless, the social media ecosystem includes all social networks – user-generated material, blog posts, video, music, news, photos, and tweets – that collaborate with digital technology [Safko & Brake, 2009].

Social media is any platform that enables users to create meaning together [Trusov, Bucklin, & Pauwels, 2009; Baym, 2015]. As a result, social media, by definition, is relational since people can generate meaning on this platform. Social media may take numerous forms, but the most common are interactive and engaging [Rosenauer & Filak, 2012].

Optimistically, social media may be used to boost good causes, therefore helping to change the world for the better. Because social contact is the way by which we build our very worlds, social media, as a free site, may assist to enlarge the worlds in which we live. At their best, social media would empower us to create better worlds [Baym, 2015].

1.4. Literature Review: Social Media and Online Businesses

According to Giray, “social media is not beneficial nor malevolent; it is neither neutral since it is only a medium of whatever one wants to convey” [Giray, 2021c, p. 23]. This is a view that is related to instrumentalism, according to which technology is only a tool and the controller of the impact it may have is the human being himself. This view is different from the Luddite philosophy maintaining that technology can lead to the decay of civilization. Many people do not subscribe to

that thought anymore because of the positive impact technology development makes on the current world.

In fact, the twenty-first century is witnessing an expansion of Internet-driven communications disseminated via social media [Cavinder et al., 2017]. These messages have become a key influencer on consumer behavior in such areas as procurement, post-purchase communications, and assessment. Users of social networking sites utilize them for a variety of objectives, including leisure and advertising goods and services [Mangold & Faulds, 2009].

In a survey performed by Cavinder and colleagues [2017], the majority of the participants (84.4%) used social media platforms to promote the reputation of their companies and around 93.1% of those respondents believed social media had a favorable influence on the business, with Facebook being the principal social media platform that the business owners use.

In addition, according to a survey carried out among tour operator clients who used Facebook to interact with the travel companies, customer relations with tour operators are built online, and online special offers and discounts can help create allegiance through social networking sites [Senders, Govers, & Neuts, 2013].

However, using social media membership information, another study shows that social media has a noticeable negative effect on economic growth, and that social media raises data search costs and increases labor-related to leisure substitution, which has an undesirable effect on economic growth [Dell'Anno, Rayna, & Solomon, 2016].

Social media may prove beneficial for a company if used appropriately. By clarifying their message, preventing confusion, and guaranteeing that their online image fits with the brand image, businesses can use social media successfully [Venkateswaran, Ugalde, & Gutierrez, 2019]. Businesses view social media as a gold mine for business development and construction [Gutierrez, Venkateswaran, & Ugalde, 2019].

2. Materials and Methods

2.1. Research Design

People are species that share stories that lead historical lives personally and collectively [Clandinin & Rosiek, 2019]. Thus, narrative inquiry was a tool used in this paper. The aim is to examine stories to explain how they interweave to construct a wider historical framework [Pinnegar & Daynes, 2007]. It is these tales that owe world significance to people who strive to grasp the reality of life and construct their lives and societies. Stories enable us to discuss reality as a phenomenon [Clandinin & Rosiek, 2019].

2.2. Data Generation Method

This research utilized semi-structured interviews to gather perspectives and experiences from online business owners. A semi-structured interview does not exclusively follow a strict list of queries. Instead, it asks more open-ended questions, encouraging the interviewee to discuss, instead of just asking and answering questions from the interviewer [Galletta, 2013]. The semi-structured interviews were conducted via Zoom. There was no time limit since data saturation was used as a guide [Fusch & Ness, 2015]. The following questions were addressed to the participants:

- What is social media to you?
- How often do you use social media in your day-to-day life?
- How do social media help you in your everyday life?
- What made you decide to start up a business with the use of social media?
- How do you communicate with your customers and prospective clients?
- Does having an online presence have a negative effect on your business?
- Is there any other matter you would like to share?

2.3. Sampling

This study used purposive sampling to identify people who are inclined to share their perspectives and experiences concerning the use of social media in their online businesses. Creswell and Miller [2000] advise that one or more people who are available and prepared to offer information should be found in a narrative study. This research covered three businesswomen who use social media as part of their business. All are Filipino. At the time of this writing, one participant is single, another is engaged, and one is married.

2.4. Participants

Table 1. Demographic Information about the Participants

Name	Age	Marital Status	Duration of Online Business
Abegail	20	Single	6 months
Thara	24	Single	1 year
Karla	35	Married	1 year

Abegail

Abegail is a college student at Polytechnic University of the Philippines. She is 20 years old and her major is Office Management Technology. She rents a house in Taguig City to easily go to university. Abegail originally lives at Dolores, Quezon. When the pandemic struck, she decided to go back to the province. There, she ventured into an online business. She sells different foods, e.g., traditional Filipino rice cakes. She also sells clothes, home items, and other varied products. She is the eldest and does online selling to help her parents with sustenance.

Thara

Engaged and has one child. Thara graduated from college with a degree in communication arts at Assumption of San Lorenzo. After graduating, she wanted to have a stable job. She desired to become a boss as she wanted to have a more flexible schedule to be able to concentrate on taking care of her daughter. Hence, to concretize her aspirations, she started her own social media agency. Her agency provides services like graphic designing, copywriting, and commercial support. Thara also hires people to make her business work. She utilizes social media to advertise her business, as well.

Karla

Karla holds a degree in nursing at Southeast Asian College. She is a nurse by profession. At the same time, she is a businesswoman. She worked abroad in Saudi Arabia for 10 years. She returned to the Philippines and got married in January 2020. After getting married, she saw an opportunity to

open up a business in the Philippines. She set up and now manages a small food business in Laguna, just near her house. There, she sells Japanese foods like *chap chai*, *takoyaki*, *dim sum*, and beverages like milk tea. One year later, she got the opportunity to go back to Saudi Arabia. While she is away, she still supervises the food business through the use of social media.

3. Results and Discussion

The Narrative of Abegail

Abegail said that the meaning of social media to her is very wide. It helps her to communicate with other people. She gave examples of such situations when the family is not together, social media can help them to communicate and feel reunited. From time to time, she checks if there is an update about class papers or even news since she is in college. She does not often use a television; instead, she uses social media to know what is happening in the country. In this time of the pandemic, social media is very helpful and useful in her studies. On social media, she gains knowledge through online learning classes.

Since the pandemic began, she decided to set up a business through online selling which she does on social media. Even though she stays at home, she earns money. It is convenient for her to sell online for the fact that she does not need to go outside just to sell items. An avid fan of cooking, for the first three months she just sold *puto* and *kutsinta*, both Filipino rice cakes. Later, she started to sell other items like clothes and other household products.

She mainly uses Facebook to advertise her products. Typically, her customers are her friends and friends of friends on Facebook. She posts and advertises her products with descriptions using Tagalog or the English language. Commonly, she uses Tagalog if the post is about rice cakes or other foods to make it relatable. Meanwhile, she uses English if it is for other products. To entice prospective customers, she uses qualifiers like *matibay* (durable); *kahanga-hanga* (amazing); *masarap* (delicious); and *de kalidad* (of high quality). According to her, such a technique motivates clients to purchase. Also, she responds to questions in the public and private comment section in either English or Filipino, depending on the language used by the inquirers.

She acknowledges that social media is a big help for her. She says that it has no negative effect on her business. Instead, it helps her to get new customers and update her loyal ones. She keeps the record of the products she sells to know exactly how much she earns. She tries to balance the online business with her studies. According to Abegail, her business is not a hindrance, and it even encourages her to reinforce her skill in time management and prioritization.

In this time of the pandemic, she aims to raise more money through her online business so that when there is an emergency, she could feel secure. Her advice to young people who want to start up a business with the use of social media:

“Do not be afraid to try because there is no such thing that we can easily see succeed. Continue posting on social media and the right time will come.... We just need to become persistent. For sure, it will pay off. Many times, it will be unexpected. Loyal customers will help continue to intensify the business.... Continue to do what you love doing.... Successful people do not just wish—they start!” [sic].

The Narrative of Thara

Social media is a huge part of Thara's day-to-day life. It helps her to manage her own business and to communicate with her team, especially since her business is a social media agency. Without social media, she thinks she would not be able to have a thriving business. The drawback of online

business, in her opinion, is that everything can happen in an instant. For example, the government may start to ban Facebook. She is worried about what will happen to all people who are in a digital marketing business. She also mentioned how social media made an impact on her:

“I was not a businessperson, I hated selling but when I saw the potential of this kind of system that you can sell, I got hooked to it.... I am in charge of selling. Almost anything can be marketed and be sold. Everybody needs social media.... Everybody is on their phone. We use all these stuff—laptop, computer, phone and tablet. If you want to share something about yourself or your business, social media is the easiest way. And it is cheaper than the traditional advertising.” [sic].

In conducting her digital marketing business, Thara uses various social media platforms, including but not limited to, LinkedIn, Instagram, Twitter, and especially Facebook. She primarily utilizes the English language in her posts and dealings with the customers. The language she uses in her documents, videos, and presentations is also English. She believes that this puts forward credibility. Besides, this makes even foreign customers understand what her business is about. According to her, this does not prevent most Filipinos since they know English as it is one of the official languages in the country. She makes sure that when she posts or advertises, brevity is considered. Readers tend to dismiss lengthy posts. She makes sure to follow the “KISS” strategy, which stands for “Keep It Sweet and Simple.”

Her goal is to keep her business stable. She still considers herself as a start-up. However, in the long run, her goal is to become the number one social media agency in the country. She positively thinks that anything can happen. She also believes that not all people utilize the power of social media. Her advice is: “Find something that you want to do or what interests you the most that even though you are not going to be paid well, you pursue what you want in life and make money out of it!” [sic].

The Narrative of Karla

Karla uses social media almost every day. She spends a lot of time on it because she loves keeping up with her friends and family. She wants to be updated on the happenings with her loved ones. For her business, she uses some applications that are connected to her store cameras to monitor the customer flow for security purposes.

She uses social networking sites like Facebook and Viber to communicate with her staff. She also utilizes social media to contact suppliers about the deliveries of stocks needed in her business. She employs social media to transact with her favourite customers. Although she has a brick-and-mortar local store, she has decided to put up her business online. By doing so she hopes to gain more customers and increase her sales.

“During the pandemic, we saw the opportunity to open a business. Since people cannot go out of their homes, it is good to bring food to their homes. Voila, Kaimee Infusion Delights [the name of the food business] was born!” [sic].

Furthermore, she utilizes both English and Tagalog in her communication. Mainly, her posts are in Taglish, which refers to the combination of Tagalog and English. It is organically utilized in day-to-day communication. Such an approach is very relatable to the readers and is working well, according to Karla. She adds that sometimes she incorporates make-up words like *Instagrammable*, which means worthy to post an Instagram, and *delibest*, which is a portmanteau of *delicious* and *best*. She does that to catch the attention of prospective customers. She finds this socio-linguistic strategy effective in attracting customers, leading to increased profit.

For Karla social media is a double-edged sword – something that has both favorable and unfavorable consequences. Social media can easily be accessed by almost everyone, and people may believe whatever is posted online. For her, leaves a negative commentary about her products, it could spill over to other customers, leading to a decrease in revenue, and it is also detrimental to the reputation of the business.

When she operates the store and learns that her stocks are not sufficient enough, she can easily contact her suppliers and quickly get her order of supplies – and that is through the aid of social media. Meanwhile, her short-term goal is to increase the revenues of her online business. For the long-term goal, she wants her online business to be known by many people.

Karla intends to build up an excellent brand so that other business people wanted to franchise her store. She hopes to have additional branches in many parts of the Philippines. Online business for her is tiring but, at the same time, it is very rewarding. She maintains that managing an online business just needs the right balance of passion, profit, and patience.

4. Conclusions and Recommendations

This study presented the narratives of three business owners. All of them utilize social media in their own lives and their respective online businesses. They all concur that social media is incredibly useful and view it as a means to communicate with customers and to carry out transactions. Customers get to know their products and services through the information posted on social media. When questions arise, clients do not need to phone the business, they may send a message to the social media account of the company. It is used as well to replenish stocks by contacting the distributors and other related organizations.

In terms of the languages used in communication, the above-mentioned business owners utilize English and Tagalog, the two official and widespread languages in the country. They also use a mix of the two, which is known as Taglish, for convenience and organic communication to their customers and readers. Meanwhile, the use of qualifiers in the descriptions of the goods can give readers more information about the products. This strategy reduces uncertainty about the nature of the products and helps the clients decide whether to purchase or not. The use of the socio-linguistic strategy consisting in the mixing of words or coming up with new terms to better convey an idea seems to make the readers curious and attracted to the products.

Business owners attribute the increase of their consumers' reach and consequently the increase in their sales to social media. They see it as a powerful tool that should be harnessed if one is venturing a business since almost everyone uses social media. While they believe in the essential engagement of social media in business, they offer a warning. As almost anyone can express anything they want on social media, including things that are untruthful and illogical, it is only appropriate for business owners to be aware of these remarks.

If there is a spike in negative feedback or grievances, it can harm a business's success. In such situations, online business owners must possess proper strategies for dealing with reactive customers or prospective clients. Some of them even have impulses like entitlement and disinhibition [Giray, 2021a], which can be debilitating for online businesses. The owners must be quick to find ways to solve the issues or fix the damage done since at stake is the reputation of their online business. If the business owners are not quick to intervene, the company's credibility may be harmed. These criticisms, truthful or made-up, are normal in a business. Business leaders must be patient and resilient to avoid hasty actions which may affect the image of the business. "If a leader remains in a negative emotional state for too long, they may mutate into a terrifying mental monster capable

of devouring and destroying the confidence of those and relationships with those who work under them. Therefore, this is definitely an unhealthy environment for an organization that intends to flourish” [Giray, 2021b, p. 103].

The research shows that the pandemic has propelled the respondents into building online businesses in order to support their families. Instead of seeing the pandemic as a hopeless situation with lockdowns and restrictions put into place, they find a way to become productive and concretize their dreams of having a business. Social media, which has helped them in their endeavor, serves as a tool that they utilize to sustain the presence and growth of their businesses. We hope that this research can help online business owners and people who prospectively want to join this career be elucidated on the role of social media in online businesses and that this can help them to make prudent decisions in their business endeavors.

Social media saves time and money by allowing business owners to connect with a large network of people who are interested in their businesses. It brings in new customers while also expanding their reach. Since it is a global innovation, this medium is the latest trend for creating a wider link. Business owners should strive to adapt to the changes in social media marketing and be more willing to embrace those changes. Furthermore, it is significant for business owners to be knowledgeable and skillful about the use of a particular social media platform to advance their business processes.

Conflict of interest

The authors declare that there is no conflict of interest

REFERENCES

1. Baym, N. K. (2015). Social media and the struggle for society. *Social Media+ Society*, 1 (1). doi: 2056305115580477
2. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), 210-230.
3. Brogan, C. (2010). *Social media 101: Tactics and tips to develop your business online*. John Wiley & Sons.
4. Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic journal of communication*, 23 (1), 46-65.
5. Cavinder, C. A., Sear, A., Valdez, R., & White, L. (2017). Utilization of social media as a marketing tool for equine businesses: An exploratory study. *NACTA Journal*, 61 (2), 137-140.
6. Clandinin, D. J., & Rosiek, J. (2019). Mapping a landscape of narrative inquiry: Borderland spaces and tensions. In *Journeys in Narrative Inquiry* (pp. 228-264). Routledge.
7. Creswell, J. W., & Miller, D. L. (2000). Determining validity in qualitative inquiry. *Theory Into Practice*, 39(3), 124-130.
8. Dell’Anno, R., Rayna, T., & Solomon, O. H. (2016). Impact of social media on economic growth – evidence from social media. *Applied Economics Letters*, 23 (9), 633-636.
9. Erdoğan, İ. E., & Cicek, M. (2012). The impact of social media marketing on brand loyalty. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 58, 1353-1360.

10. Fusch, P. I., & Ness, L. R. (2015). Are we there yet? Data saturation in qualitative research. *The Qualitative Report*, 20 (9), 1408-1416.
11. Galletta, A. (2013). *Mastering the semi-structured interview and beyond: From research design to analysis and publication*. New York University Press.
12. Gillin, P. (2008). *Secrets of Social Media Marketing: How to Use Online Conversations and Customer Communities to Turbo-charge Your Business*. Linden Publishing.
13. Giray, L. (2021a). Deborah H. Gruenfeld (2020). Acting with Power. New York: Currency/Penguin Random House. *Changing Societies & Personalities*, 5(1), 143-145. Retrieved from <http://doi.org/10.15826/csp.2021.5.1.126> (accessed: 15 November, 2021)
14. Giray, L. (2021b). Leading the Leaders: A Book Review on Unlimited Power by Anthony Robbins. *Professional Discourse & Communication*. 3(3), 102-105. Retrieved from <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2021-3-3-102-105> (accessed: 15 November, 2021)
15. Giray, L. (2021c). Social media paradox: An exploration on the bright and dark sides of social media. *Indonesian Journal of Education, Social Sciences and Research*, 2 (2), 19-23. Retrieved from <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ijessr/article/view/7013>(accessed: 15 November, 2021)
16. Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52 (4), 357-365.
17. Pinnegar, S., & Daynes, J. G. (2007). Locating narrative inquiry historically. *Handbook of narrative inquiry: Mapping a Methodology*, 3-34.
18. Rosenauer, K. L., & Filak, V. F. (2012). *The Journalist's Handbook for Online Editing*. Pearson Higher Ed.
19. Safko, L., & Brake, D. (2009). *The social media bible*. Wiley.
20. Senders, A., Govers, R., & Neuts, B. (2013). Social media affecting tour operators' customer loyalty. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30 (1), 41-57.
21. Siddiqui, S., & Singh, T. (2016). Social media its impact with positive and negative aspects. *International Journal of Computer Applications Technology and Research*, 5 (2), 71-75.
22. Trusov, M., Bucklin, R. E., & Pauwels, K. (2009). Effects of word-of-mouth versus traditional marketing: findings from an internet social networking site. *Journal of marketing*, 73 (5), 90-102.
23. Venkateswaran, R., Ugalde, B., & Gutierrez, R. T. (2019). Impact of Social Media Application in Business Organizations. *International Journal of Computer Applications*, 975, 5-10.

About the authors:

Joanna Paula Perez and **Jhoyce Dialyn Poblete** are researchers at Polytechnic University of the Philippines, Taguig City. Meanwhile, **Louie Giray** is a lecturer of education and communication studies in the same university.

Joanna Paula Perez's ORCID: 0000-0003-3116-991X

Jhoyce Dialyn Poblete's ORCID: 0000-0003-1675-9022

Louie Giray's ORCID: 0000-0002-1940-035X

Received: July 24, 2021

Accepted: January 14, 2022



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-1-46-54>

ОСОБЕННОСТИ ЛИНГВОКОГНИТИВНОГО УРОВНЯ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ СЯЩЕННОСЛУЖИТЕЛЯ (НА ПРИМЕРЕ АВТОБИОГРАФИЧЕСКИХ ВОСПОМИНАНИЙ ПРОТОИЕРЕЯ АЛЕКСИЯ РЕЗУХИНА)

А.И. Тимофеева
ivimavi7@rambler.ru

*Тульский государственный педагогический университет им Л.Н. Толстого
(Тула, Россия)*

Аннотация: Современная лингвистика антропоцентрична, именно поэтому создатель и герой автобиографического произведения становятся объектами многих исследований, однако документальную прозу о провинциальной жизни, написанную духовными деятелями нашего времени, незаслуженно обходят стороной. Основная цель данной статьи – обозначить особенности тезаурусного уровня языковой личности священнослужителя в текстах автобиографических воспоминаний, датированных концом XX века. Рассматриваемый в статье источник эмпирического материала является единственным текстом, написанным непосредственным участником событий, происходивших в Вологде в 30-40-е годы прошлого века, к указанному источнику обращаются исследователи жизни русской Церкви. Тезаурус языковой личности помогает исследователю, даже не имеющему представления о конкретном человеке, построить ряд лингвистических гипотез и сделать выводы о его культурной, религиозной и профессиональной принадлежности. Определенные лексические единицы отличают речь представителей конкретных профессий от других, и их изучение позволяет классифицировать лексические, синтаксические и идиоматические конструкции с целью описания особенностей словарного запаса. Автор обращает особое внимание на использование в речи людей, получивших духовное образование, особых речевых конструкций, лексических единиц, в частности, возвышенной/устаревшей лексики. Таким образом, речевая выразительность, соседствующая с церковной терминологией, формирует речевой портрет языковой личности священнослужителя.

Ключевые слова: автобиографические воспоминания, языковая личность священнослужителя, лингвокогнитивный уровень языковой личности, лексические единицы, синтаксические структуры, возвышенная лексика, авторский дискурс, тезаурус.

Для цитирования: Тимофеева А.И. (2022). Особенности лингвокогнитивного уровня языковой личности священнослужителя (на примере автобиографических воспоминаний протоиерея Алексия Резухина). *Дискурс профессиональной коммуникации*. 4(1), С. 46–54.
<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-1-46-54>

1. ВВЕДЕНИЕ

Анализ языковой личности священнослужителя представляет особый интерес для современной лингвистики, так как именно мемуарные произведения служителей церкви зачастую становятся образцами литературы традиционной, имеющей свою духовно-нравственную и созидательную основу. Многообразие жанров, возникшее в русской литературе в XX-XXI веках, предполагает возможность разнородного и открытого выбора для чтения тех или иных трудов и аналитической работы над ними, а духовные произведения, создаваемые священнослужителями, в рамках такой модернизации, как будто бы отходят на второй план. Это, на наш взгляд, неверная градация, так как древнерусская литература, которая стала фундаментом, позволившим приобрести искусству русского слова национальную индивидуальность, по большей части была написана людьми, связанными с церковной жизнью. Центрами обучения письму и чтению становились монастыри и приходские школы. Исторические труды, в том числе и летописи, создавались монахами. Потому и важно сохранять в памяти народа традиции русской литературы, обозначать изменения, которые неизбежны с течением времени: изменения в лексике, в стилистике и даже в формулировке авторской позиции. Именно поэтому исследование автобиографических произведений, написанных священнослужителями, представляется нам сегодня актуальным. Зачастую объектом исследования отечественных и зарубежных лингвистов становится гомилетическая литература, в основном, проповеди. Однако неверно утверждать, что священнослужители создают тексты только в рамках религиозного дискурса, так как, будучи очевидцами событий, происходивших в истории страны в разное время, служители церкви в своих мемуарах, дневниках и письмах фиксируют важные процессы и единичные явления, описывают встречи с людьми, впоследствии называемыми значимыми личностями, используют характерные для своего времени речевые конструкции и обороты.

Стоит отметить, что многозадачность мемуарной литературы позволяет ей быть источником для аналитической работы лингвистов, историков, литературоведов, искусствоведов и т.д. «Автобиографический дискурс – это дискурс, удобный для самовыражения, самоидентификации и самопрезентации человека» [Волошина, 2014]. Объектом нашего исследования стала языковая личность священнослужителя, представленная в автобиографическом произведении, предметом – возвышенная лексика, являющаяся отличительной особенностью языка священника. Цель и задачи исследования – анализ своеобразия речи священнослужителя и обозначение индивидуальных черт языкового портрета протоиерея Алексия Резухина, так как особый стиль изречений священнослужителей, по мнению исследователей, «должен занять подобающее ему место в функционально-стилистической парадигме современного русского литературного языка и получить соответствующее описание в литературе по стилистике» [Крысин, 1996]. Актуальность исследования определяется недостаточной изученностью лингвистических особенностей речи священнослужителя XX века.

Основным источником исследования стал очерк протоиерея Алексия Резухина «Церковная Вологда 1930-1940-х годов», а также статьи и диссертационные исследования современных лингвистов, посвященные обозначенной выше теме.

2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР

Поскольку предлагаемое нами исследование рассматривает такие понятия, как «языковая личность автора» и «возвышенная лексика», следует предварительно обратиться к данным терминам, обозначить ключевые теоретические моменты, которые для нас особенно значимы.

Ю.Н. Караулов, известный лингвист, посвятивший большое количество трудов проблеме языковой личности и подготовивший по данной теме теоретическую базу, на которую опирается большинство современных аналитических трудов, пишет о том, что «любой носитель того или иного языка, охарактеризованный на основе анализа произведенных им текстов с точки зрения использования в этих текстах системных средств данного языка для отражения видения им окружающей действительности (картины мира) и для достижения определенных целей в этом мире» [Караулов, 2008] может быть назван языковой личностью. Однако в художественных или публицистических текстах (очерках, записках, письмах, мемуарах) выделяется языковое «я» автора и героя. Мы хотели бы обратить внимание на отличительные языковые черты автора в созданном им тексте.

В литературоведении возможно обозначение трех вариантов авторского присутствия в произведении: автор – стороннее лицо, фиксирующее события; автор – непосредственный участник событий (тексты от первого лица); отстраненный автор, присутствующий только в лирических отступлениях и отчасти высказывающий мысли через героев-резонёров («авторское повествование; несобственно-авторское повествование; несобственно-прямая речь повествователя») [Широкова, 2014]. Образуя авторский дискурс, повествователь сам организует языковую личность, которая и подвергается лингвистическому исследованию. Создатель произведения использует знаковую систему языка, национальные особенности быта, основы нравственности и морали своего народа для того, чтобы проанализировать собственную жизнь и действия окружающих его людей.

Языковая личность автора в текстах, описывающих события из детства, часто превалирует над языковой личностью героя, но некоторым писателям все же удается сохранить особенности лексики, обрывочность конструкций, наивность оценок, свойственные ребенку, что, несомненно, становится достоинством произведения. Лингвисты в вопросе идентификации автора художественного произведения не придерживаются только одной позиции: «каждая исследовательская позиция в зависимости от аспекта изучения высвечивает определенную грань этого сложного объекта. Одни решительно отвергают биографический подход к данной проблеме (Б.О. Корман), другие оценивают проблему автора с позиций лингвистики (В.В. Виноградов), третьи в стремлении к универсализации данной проблемы учитывают оба аспекта (М.М. Бахтин, Е.А. Гончарова), четвертые настаивают на отказе от авторства (М. Хайдеггер, М. Фуко и другие)» [Павлюченко]. Мы полагаем, что для художественного текста возможно определенное расхождение в восприятии автора, однако в автобиографическом-публицистическом – нет.

В автобиографическом произведении автор описывает события, реально происходившие в его жизни с точки зрения опыта, позволяющего ему по-новому оценивать определенный период в биографии. Художественная мемуаристика, на наш взгляд, более проста с точки зрения анализа языковых личностей автора и героя, их дифференциации. Однако автобиографические воспоминания, более похожие на документальные записи, содержащие сведения об исторических событиях и их участниках, называющие конкретные имена,

даты и места, более противоречивы и неоднозначны, что и является особенно привлекательным для лингвиста. «Структуроорганизующим центром автобиографического произведения является образ автора, формирующийся в процессе авторской речи, посредством которой осуществляется общение автора с читателем» [Савельева, 2015]. Данный автор в исследованиях Бахтина называется первичным, он может быть сопоставлен с биографической личностью, но при этом именно его образ в произведении ведёт к понимаю внутренне-го, духовного, мировоззренческого в человеке. Автор-рассказчик повествует о тех событиях, которые действительно считает важными, и обращает внимание на те детали, которые способствуют понимаю его текста.

Немногие авторы середины и конца XX века, фиксируя произошедшие события, используют в речи возвышенную лексику – «слова, которые помимо общей окраски книжности, имеют оттенок торжественности: благо, возвестить, внимать, вдохновенный, воспеть» [Жеребило, 2010]. Однако для речи священнослужителя широкое использование слов, вышедших из обыденного употребления, отнесенных исследователями к историзмам или архаизмам, вполне характерно, так как духовное образование подразумевает работу с древними текстами, с трудами Святых Отцов и учителей Церкви, гомилетическими текстами. Именно это объясняет разнообразие, языковое богатство тезауруса священнослужителей.

Таким образом, для того чтобы всесторонне исследовать языковую личность автора в художественном или документально-публицистическом тексте, необходимо иметь определенное представление о подходах к анализу языковых особенностей авторского воплощения и владеть тезаурусом создателя произведения. В нашей работе мы хотели бы обратить внимание на использование в речи священнослужителя оборотов, не свойственных каждому носителю языка, в частности, на возвышенную лексику, архаизмы и устаревшие конструкции.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В своём исследовании мы стремимся описать отличительные черты языковой личности священнослужителя на лингвокогнитивном уровне. Стоит отметить, что семантический и мотивационный уровни текстов, написанных духовными личностями, также представляют особый интерес для исследователя, так как позволяют определить ценностно-мировоззренческий базис писателя, обуславливающий концептуальные доминанты в формировании словарного запаса конкретного человека. «В качестве адресанта церковно-религиозного общения выступает священнослужитель, цель которого — передать адресату моральные принципы, поведенческие установки и ориентации, соответствующие христианским ценностям, принципам и канонам» [Азначеева, 2014].

Тезаурусный уровень языковой личности священнослужителя довольно разнообразен. Это обусловлено как коммуникативными ситуациями, которые неизбежны в священническом служении, так и использованием во время богослужений и при подготовке к проповедям текстов, написанных на церковнославянском, старославянском языках, а также трудов святых Отцов и учителей Церкви. Автобиографические воспоминания «Церковная Вологда 30-40-х годов» являются художественно-документальным очерком, содержащим сведения, которые автор, будучи уже в почтенном возрасте, воспроизводит довольно точно и с языковой, и с содержательной точек зрения.

Отличительной особенностью анализируемого текста является отсутствие подавления языковой личности героя языковой личностью автора, что особенно ценно для автобио-

графической прозы. О непосредственном присутствии в тексте «я» героя свидетельствуют простые неосложненные предложения, неполные предложения и такой прием, как синтаксический параллелизм. Использование лексики разных пластов, эмоционально-окрашенных и оценочных суждений позволяет нам говорить об оценке событий с позиции героя. Поскольку ребенок воспитывался в патриархальной семье, имеющей представление об интеллигентности, чести, культуре общения, а также с малых лет посещал богослужения, общался со служителями церкви и впоследствии прислуживал, запоминал лексические особенности речи священнослужителей и архиереев, мы не можем утверждать, что словарный актив очерка составляет лексика, принадлежащая непосредственно автору. Языковая личность героя периодически проступает, даже превалирует, в чем нас убеждает соседство в одном предложении возвышенных единиц с разговорной или нейтральной лексикой.

Однако все же грамотное сочетание различных конструкций, логичность суждений, композиционная стройность текста и использование устаревших, а также слов высокого стиля не в качестве украшения, а в качестве тезаурусного основания речи в анализируемом тексте убеждают нас в том, что автор присутствует в нем не как «хранитель» воспоминаний, а как живой участник событий.

Рассмотрим несколько примеров, убеждающих нас в правильности данного суждения. «Епископ Николай, окончивший курс Вологодской духовной семинарии, был смиренным и кротким человеком, ровным, невозмутимым и благостным» [Резухин, 2000]. В данном предложении дается характеристика одного из современников героя, с которыми он встречался в детстве. Слово «благостный», являясь примером возвышенной лексики, соседствует со словом «ровный», которое можно отнести к нейтральным лексическим единицам, а «смиренный» и «невозмутимый» — эпитеты, свойственные художественному стилю.

В предложении «Отец Николай сказал благодушно на это: “Вот действительно премудрость, пошли домой, служба кончилась”» [Резухин, 2000] мы можем наблюдать соседство лексических единиц, характерных для разных стилей: «благодушно» — элемент возвышенной лексики, основная составляющая предложения — нейтральная лексика, а в прямой речи присутствует оборот с грамматическим нарушением («пошли домой»), что свойственно для разговорного стиля.

Однако в качестве ключевых составляющих лингвокогнитивного уровня языковой личности нами были выделены книжная лексика, лексика высокого стиля и церковная лексика (часто представленная идиомами). Например, на одной из страниц очерка лексические единицы представлены в следующем процентном соотношении:

- книжная лексика — 46%;
- возвышенная лексика — 10%;
- церковная лексика — 5%;
- нейтральная лексика — 37,5%;
- просторечная лексика — 1,5%.

Данный пример убеждает нас в том, что автор и герой мемуарного произведения, написанного протоиереем Алексием Резухиным, обладают особым тезаурусом, сформировавшимся благодаря домашнему воспитанию, окружению, жизненным обстоятельствам, что отсылает нас к мотивационному уровню языковой личности и концептосфере.

В описании ситуаций, в которых оказывается герой, встречаются различные тропы, изобразительно-выразительные средства, используемые автором не для того, чтобы искусственно украсить слог, а как естественный элемент письменной речи. В тексте также могут быть довольно большие по объему фрагменты, в которых не встречаются ни средства вы-

разительности, ни возвышенная лексика, ни церковнославянизмы. Мы объясняем это тем, что автор в данных отрывках ставит перед собой цель сообщить читателю информацию о личностях, с которыми он был знаком и которые имели довольно сложный жизненный путь.

Таким образом, мы видим, что священнослужитель, становясь автором автобиографических воспоминаний, формирует языковую личность своего героя, используя полученные знания, жизненный опыт, отражая влияние исторической эпохи. Данные очерки представляют особый интерес для лингвиста, так как являются произведениями особой направленности, лексической и семантической наполненности. Лингвокогнитивный уровень языковой личности священнослужителя характеризуется гармоничным сочетанием возвышенной и устаревшей лексики с нейтральной и даже разговорной, а также использованием церковнославянизмов, так как «церковнославянский язык по праву считается образцом православной речевой культуры» [Павловская, 2004].

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данное исследование показало, что языковая личность священнослужителя имеет особые черты и характеристики, свойственные только ей. Детальность повествования в тексте очерка «Церковная Вологда 1930-1940-х годов» позволяет читателю ознакомиться с культурно-историческим фоном эпохи, а также изучить биографии личностей, имеющих особое значение для повествователя.

Слово как основной инструмент писателя, функциональный и формальный тезаурус автора и героя-повествователя представляет особый интерес для лингвистики и литературоведения. На данном этапе исследования нами были выявлены особенности речи представителей духовной сферы: возвышенная лексика, архаизмы, церковнославянизмы, преобладание элементов художественного стиля. Подобное своеобразие объясняется с помощью дальнейшего исследования мотивационной сферы, что убеждает нас в правильности применяемого нами подхода к анализу уровней языковой личности.

Таким образом, возвышенная и книжная лексика в сочетании с церковной терминологией становятся ориентирами в работе с текстами священнослужителей и людей, имеющих непосредственное отношение к духовной сфере жизни общества. Сочетание же идиом, известных в церковно-религиозном дискурсе, со сведениями о конкретных личностях и событиях, свидетелями которых автор был в детские годы, выделяет данный очерк из ряда других автобиографических произведений.

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Азначеева Е.Н., Мамонова Ю.В. Взаимодействие назидательности и побудительности в православной религиозной коммуникации // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2014. № 9(92). С. 261-265.

2. Винокур Г.О. Избранные работы по русскому языку. Москва, 1959.
3. Волошина С.В. Коммуникативная стратегия самопрезентации в автобиографическом дискурсе // Вестник Томского государственного университета. 2008. №38. С. 11-14.
4. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е, испр. и доп. Назрань: ООО «Пилигрим», 2010.
5. Жинкин Н.И. Речь как проводник информации. Москва: Наука, 1982.
6. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
7. Крысин Л.П. Религиозно-проповеднический стиль и его место в функционально-стилистической парадигме современного русского литературного языка // Поэтика. Стилистика. Язык и культура. Москва, 1996.
8. Павловская О.Е., Шкрабкова И.В. Церковнославянский язык как святыня православной религии и русской культуры // Философия, наука, религия: в поисках диалога. Краснодар, 2004.
9. Павлюченко И.П. Эмотивная концепция автора художественного текста [Электронный ресурс]. URL: http://www.ahmerov.com/book_1107_chapter_6_1.2._JAzykovaja_lichnost_pisatelja_i_problema_avtora.html (дата обращения: 18.11.2021).
10. Резухин А. Церковная Вологда 1930-1940-х годов // Вологда: Ист.- краеведч. альманах. 2000. № 3.
11. Русский язык. Энциклопедия / Гл. ред. Ю. Н. Караулов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Большая Российская Энциклопедия; Дрофа, 2008.
12. Савельева Е.Б. Образ автора в автобиографическом тексте // Ученые записки Орловского государственного университета. 2015. №5 (68). С. 169-172.
13. Широкова И.А. Образ автора в художественном произведении: отражение отражаемого. // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 23 (352). С. 103–106.
14. Langacker R.W. Cognitive Grammar. A Basic Introduction. Oxford: Oxford University Press, 2008.
15. Savelyeva E.B. Regarding autobiographical genre // Proceedings of the 3rd International conference on European Conference on Languages, Literature and Linguistics. «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH. Vienna. 2014. P. 223-228.

REFERENCES

1. Aznacheeva, E.N., & Mamonova, Yu.V. (2014). Vzaimodeistvie nazidatel'nosti i pobuditel'nosti v pravoslavnoi religioznoi kommunikacii [The interaction of edifying and stimulating ideas in Orthodox religious communication]. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta* [The Bulletin of Irkutsk State Technical University], 9 (92), 261-265 (in Russian).
2. Vinokur, G.O. (1959). *Izbrannie raboti po russkomu yaziku* [Selected works on the Russian language]. Moscow (in Russian).
3. Voloschina, S.V. (2008). Kommunikativnaya strategiya samoprezentacii v avtobiograficheskom diskurse [The communicative strategy of self-presentation in autobiographical discourse]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [The bulletin of Tomsk State University], 38, 11-14 (in Russian).
4. Zherebilo, T.V. (2010). *Slovar lingvisticheskikh terminov. Izd. 5-e, ispr. i dop.* [Dictionary of linguistic terms. 5th edition]. Nazran: ООО «Piligrim» (in Russian).
5. Zhinkin, N.I. (1982). *Rech kak provodnik informacii* [Speech as a conduit of information]. Moscow: Nauka (in Russian).

6. Karasik, V.I. (2002). Yazykovoj krug: lichnost', koncepty, diskurs [Linguistic circle: personality, concepts, discourse]. Volgograd: Peremena (in Russian).
7. Krysin, L.P. (1996). Religiozno-propovednicheskii stil i ego mesto v funkcionalno-stilisticheskoy paradigme sovremennogo russkogo literaturnogo yazika [The religious preaching style and its role in the functional stylistics paradigm of the modern Russian language]. *Poetika. Stilistika. Yazik i kultura* [Poetics. Stylistics. Language and Culture]. Moscow (in Russian).
8. Pavlovskaya, O.E., & Schkrabkova, I.V. (2004). Cerkovnoslavyanskij yazik kak svyatinya pravoslavnoi religii i russcoi kulturi [The Church Slavonic language as a sacred relic of the Orthodox religion and Russian culture]. *Philosophia, nauka, religia: v poiskah dialoga* [Philosophy, science, religion: in search of a dialogue]. Krasnodar (in Russian).
9. Pavluchenko, I. P. (n.d.). Emotivnaya koncepcia avtora chudozhestvennogo teksta [The emotive concept of the author of a literary text]. Retrieved from http://www.ahmerov.com/book_1107_chapter_6_1.2._Jazykovaja_lichnost_pisatelja_i_problema_avtora.html (accessed: 18 November, 2021).
10. Rezhukhin, A. (2000). Cerkovnaya Vologda 1930-1940-h godov [The church life in Vologda in the 1930s-1940s]. *Vologda: Ist.-kraevedch.almanah* [Vologda: historical almanac], 3 (in Russian).
11. *Russkij yazyk. Enciklopediya* (edited by Yu.N. Karaulov). (2008). Moscow: Bol'shaya Rossijskaya Enciklopediya; Drofa [the big Russian Encyclopaedia; Drofa] (in Russian).
12. Savelyeva, E.B. (2015). Obraz avtora v avtobiograficheskom tekste [Image of the author in autobiographical texts]. *Uchenie zapiski Orlovskogo gosudarstvennogo universiteta* [Scientific notes of Orel State University], 5 (68), 169-172 (in Russian).
13. Shirokova, I.A. (2014). Obraz avtora v khudozhestvennom proizvedenii: otrazhenie otrazhaemogo [Reflection of the author's image in a work of literature]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [The bulletin of Chelyabinsk State University], 23 (352), 103-106 (in Russian).
14. Langacker, R.W. (2008). *Cognitive Grammar. A Basic Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
15. Savelyeva, E.B. (2014). Regarding autobiographical genre. In *Proceedings of the 3rd International conference on European Conference on Languages, Literature and Linguistics*. «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH. Vienna, 223-228.

Сведения об авторе:

Тимофеева Анастасия Игоревна, аспирант кафедры русского языка и литературы Тульского государственного педагогического университета им. Л.Н. Толстого, учитель русского языка и литературы ЧОУ «Тульская Православная классическая гимназия». ORCID: 0000-0001-7790-0304

Получено: 7 декабря 2021 г.

Принято к публикации: 21 февраля 2022 г.

LINGUO-COGNITIVE LEVEL OF A CLERGYMAN'S LINGUISTIC PERSONALITY (BASED ON THE AUTOBIOGRAPHICAL MEMOIRS OF ARCHPRIEST ALEXY REZUKHIN)

Anastasia I. Timofeeva

ivimavi7@rambler.ru

Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University (Tula, Russia)

Abstract: Modern linguistics is quite anthropocentric, that is why the author and the protagonist of an autobiographical work become the objects of many studies, but documentary prose about provincial life written by contemporary spiritual leaders is undeservedly deprived of such attention. The main purpose of this paper is to identify the peculiarities of the thesaurus level of a clergyman's linguistic personality in the texts of autobiographical memoirs dated to the end of the 20th century. The source of empirical material for the research is the only text written by the direct participant of the events that took place in Vologda in the 30-40s of the XXth century and is referred to by researchers who study the life of the Russian Church. The thesaurus of a linguistic personality helps a researcher, even without having an idea about a particular person, to build a number of linguistic hypotheses and draw conclusions about the person's cultural, religious, and professional identity. Certain lexical units distinguish the speech of representatives of particular professions from others. The author classifies lexical, syntactic, and idiomatic structures in order to describe the features of the vocabulary. The paper attracts attention to the use of special speech constructions, lexical units, in particular, sublime/outdated vocabulary in the speech of people who have received religious education. Thus, speech expressiveness, combined with church terminology, forms a speech portrait of a clergyman's linguistic personality.

Keywords: autobiographical memoirs, linguistic personality of a clergyman, linguo-cognitive level of a linguistic personality, lexical units, syntactic structures, sublime vocabulary, author's discourse, thesaurus.

How to cite this article: Timofeeva A.I. (2022). Linguo-Cognitive Level of a Clergyman's Linguistic Personality (Based on the Autobiographical Memoirs of Archpriest Alexy Rezukhin). *Professional Discourse & Communication*, 4(1), pp. 46–54. (in Russian). <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-1-46-54>

About the author:

Anastasia I. Timofeeva is PhD researcher at Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University, teacher of the Russian language and literature at Tula Russian Orthodox Classical Gymnasium. ORCID: 0000-0001-7790-0304

Received: December 7, 2021

Accepted: February 21, 2022



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-1-55-67>

PERSONALISING EFL COURSES FOR ONLINE LEARNING

Ksenia V. Smyshlyak

ksenia.smy@skyeng.ru

Skyeng Online School

(Sumy, Ukraine)

Abstract: Over the recent decades, we have witnessed a considerable shift in an EFL (English as a foreign language) lesson from a teacher-centered to a student-centered one. This change can be attributed to the concept of personalised learning and teaching, which led to the relevancy of the study. The paper aims to describe the main principles of the course development and analyse how a personalised approach is realised in the new General English course from Skyeng online school. The author describes some general principles applied to the course modelling: the type of the syllabus, main andragogical principles, and principles of effective language learning. The paper analyses what personalised learning is from the point of view of both: a teacher and a learner. In the results and discussion section, a description is provided of how the personalised approach works on the level of the whole course (the system of obligatory and optional lessons, 3 different studying tracks, the choice of the homework volume, the choice of the tests and exams for the student) and on the level of the lesson modelling (various lesson patterns, extra slides for additional practice). The author also analyses her research, which shows that teachers do not tend to be flexible when choosing the lesson materials and prefer the linear lesson track without changing the combination of lesson slides. This proved the need for such lesson models in Skyeng online school which would be designed to be quite flexible in their structure. The represented approach to modelling a language course can be viewed as quite innovative and up-to-date and has proved to be effective.

Keywords: personalisation, online learning, online teaching, instructional design, online language course for adults, EFL e-course.

How to cite this article: Smyshlyak K.V. (2022). Personalising EFL Courses for Online Learning. *Professional Discourse & Communication*, 4(1), pp. 55–67. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-1-55-67>

1. INTRODUCTION

Design of an e-course in a language is based on almost the same principles as that of an offline language course. It starts from choosing the main approaches and principles that will shape it. This will guide the choice of how to teach, what to teach and how to sequence it. That is mainly the syllabus of the course: a plan of what is to be achieved through our teaching and our students' learning. In communicative language teaching context there are 6 main types of language teaching syllabi: a structural syllabus, notional syllabus, situational syllabus, skill-based syllabus, task-based syllabus and a content-based syllabus [Krahnke, 1987].

These types rarely occur independently of each other. Almost all syllabi are combinations of two or more of the types. In our paper we describe Skyeng New General English syllabus, which can be viewed as a combination of a skill and a content-based syllabi as the main goal of the instruction is not only to teach the specific language skills, but also to teach some content or information using the language that the students are learning, which is typical of the content-based syllabus [Richards & Rogers, 2016].

The next aspect to consider is the principles applied to adult learning. Malcolm Knowles pioneered the study of adult learning (called andragogy) in the 1970s, identifying six adult learning principles:

- Adults are internally motivated and self-directed;
- Adults bring life experiences and knowledge to learning experiences;
- Adults are goal oriented;
- Adults are relevancy oriented;
- Adults are practical;
- Adult learners like to be respected [Knowles, 1970].

While designing our Skyeng New General English course for adult learners we made an attempt to apply these principles practically. We recognize, that in the course adult learners should have *a feeling of control over their learning*, some options to move around the course freely. The instruction designers should allow the use of learners' pre-existing experiences when introducing them to the new topic, set clear learning objectives, bring focus on the practical level of the course and show the relevance of what the adults learn to their own experience and needs.

Besides, as we cater not only for adults but for senior learners (aged 60 and above), we have to remember that some new studies suggest that mental activity, including learning languages, can offset the effects not just of degenerative diseases, but of normal aging as well [Bak et al, 2014; Bialystok, 2004; Paul, 2012; Schweizer et al., 2012].

In addition to this we have also derived the main principles of encouraging language learning which, according to extensive research, include the importance of repetition, thoughtful processing of material, the principle related to learners' attitudes and motivation and the principles of individual differences and learning styles or preferred modes of learning. The latter is one of our main goals for the present course, which we intended to achieve by making the course a highly personalised one.

What is personalised learning at its core? The International Bureau of Education in UNESCO (the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) defines personalised learning as "teaching and learning that is focused on the background, needs, potential and perception of the learner, a learner-centered education" [UNESCO. Training tools, 2017].

What does it mean to put the learner at the center of education? Broadly speaking it implies adjusting the learning process to the needs, abilities, talents and interests of each student and allowing

a student to make a choice and gain more control over their learning process. It is natural that each student learns in a different way or at a different pace, which makes personalized learning the best instruction method. The course is no longer the fixed body for everyone, but a highly flexible unit which can be adapted to each student's needs and interests, their learning curve and expectations. At the same time the lessons are still aligned to the grade and standards of the level [Konobeev et al., 2020].

The educational process involves both the learner and the teacher. The student is made to take full ownership of their own learning process and the role of a teacher is not merely broadcasting information or replicating the exercises from a textbook. Their main responsibility is to choose the learning resources that will provide for a more effective knowledge acquisition, to help students set personal goals and create a learning plan in accordance with the latter.

The blend of education and technology (EdTech) has provided excellent ways to incorporate personalised learning and instructional design. EdTech companies view personalised learning as a means to enhance people's life learning abilities as well as develop certain competences, soft skills, critical and creative thinking. With the help of technology, learning and teaching processes are changing, becoming more tailored to each student's needs and interests. Technological tools make the implementation of this approach much easier. As educator Mary Ann Wolf observes: "Personalized learning requires not only a shift in the design of schooling, but also a leveraging of modern technologies. Personalized learning is enabled by e-learning systems which help dynamically track and manage the learning needs of all students... everywhere at any time, but which are not available within the four walls of the traditional classroom" [quoted in Leustig, 2020].

2. PERSONALISING ONLINE COURSES: PUTTING THEORY INTO PRACTICE

2.1. Modelling a personalised course of General English in Skyeng

Skyeng is one of the largest online schools in Europe and has been focusing on teaching English for more than a decade. Now it is a multiproduct EdTech company which provides courses for various ages and various purposes starting from Maths to Computer programming, although teaching English still remains the company's main focus. Skyeng has developed its own interactive digital platform Vimbox, which works for teachers and students and makes it possible both to use their own teaching materials and to fully rely on the plethora of English courses and materials developed by instructional designers in Skyeng.

Let us review the newest Skyeng New General English course for adult learners, which started in 2020 to explore Skyeng personalisation model. Below is the description of how the personalised approach is implemented in the course and lesson development. The whole study was based on the analysis of the teachers' behaviour in choosing a course route.

2.1.1. Course structure: tools for personalisation

The New General English course at all levels (from Beginner to Advanced) allows flexible learning tracks for the students, because they contain **obligatory** and **optional lessons** within their units and sections. Obligatory lessons contain the main grammatical focus of the level as well as the main topical vocabulary of the unit. The obligatory materials have been selected in such a way as to ensure development of the main skills of each level according to CEFR (the Common European

Framework of Reference for Languages). While selecting language content for the courses, materials writers were guided by a number of tools, such as Cambridge English Profile, Global Scale of English, etc. Optional lessons provide additional exercises to revise the obligatory grammar topics, additional practice of productive and receptive skills and additional material on the topic of the unit to discuss and enlarge content knowledge. For example, the Intermediate level consists of 30 obligatory and 30 optional lessons. Every even (2, 4, 6, 8, etc.) lesson is an optional lesson. The structure of the course is schematically shown in Figure 1 below.



Figure 1. The Structure of the New General English Course (Intermediate Level)

For Pre-Intermediate and Advanced levels, the structure is slightly different, although it follows the same model. Every fourth lesson of the unit is an optional one. In the Pre-Intermediate optional lessons, the students revise the unit's grammar and vocabulary with special attention to the more challenging points. In the Advanced level the optional lessons allow the student to revise and memorize the vocabulary and grammar learned in the previous lessons, and also to expand the vocabulary with phrasal verbs, idioms and collocations related to the topic of the unit. The structure of the courses is schematically shown in Figure 2 below.



Figure 2. The Structure of the New General English Course (Pre-Intermediate and Advanced Levels)

The choice of the next lesson is delegated to the student. There is a special slide in the lesson (see Figure 3) which enables the student to read the teasers of the proceeding lessons and choose whether to study the optional lesson or to proceed to the next obligatory lesson. It is a means we use to make the student take certain ownership of their learning process, choose the learning materials which make sense to them, are relevant and make them want to find out more.

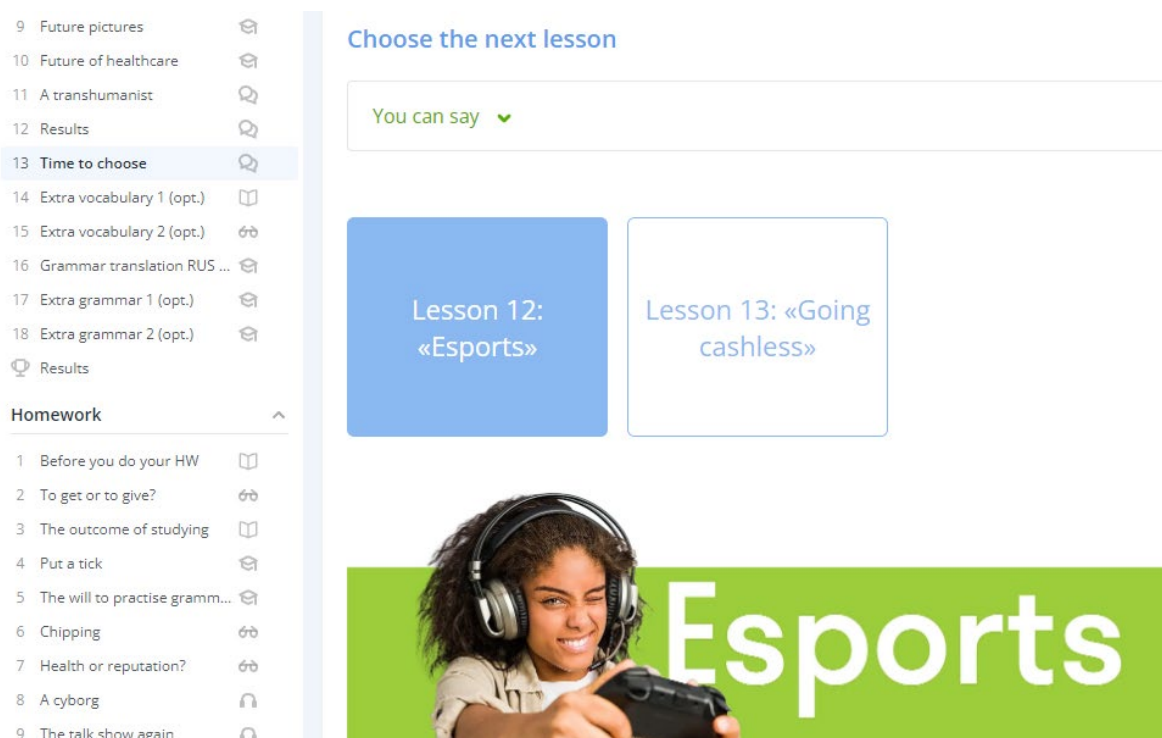


Figure 3. A Slide with Teasers Describing the Proceeding Lessons of the Course


The structure of obligatory and optional lessons guarantees flexibility of the whole course. We assume that there can be 3 different studying tracks:

- simple (covering only obligatory lessons and core skills of the current level);
- full (covering all the lessons of the course and as a result providing a confident move to the next level);
- flexible (covering obligatory and optional lessons according to the student's interests).


The teacher's role is *to assist the student to choose the best learning track* from the first lessons of the level and *to revise the goals and progress of the student regularly* to make sure the learning path of the student has not changed – or, if it has changed, to help the student adjust the track. Such course structure does allow the student to make informed choices in their learning experience. Not only does it contribute to personalization, but it also provides the students with self-advocacy skills, which will serve them throughout their lives.

2.1.2. Personalising the amount of homework

When modelling a course, we also focus on personalized homework. New General English course is aimed at adult learners who do not always have enough time for the standard required amount of homework. For this reason, we provide 3 options of homework amount for the students of the course. At the end of the lesson, they may choose the 15/30/50-minute homework. 15-min-

Teacher's notes 

Stage aim: to **personalise** the **homework** and **motivate** the student to **do** it properly; to let the student **choose** the **next lesson**.

You can say 

Let's look at the homework tasks you can get.

Decide how much homework you'd like to get

15

30














50

This page is not included in homework

Dictionary Grammar

HW Plan 33% Notes Words


Homework

- Before you do your home... 
- Unit vocabulary: Revision 
- Unit grammar: Revision 
- Biohacking doctor 
- Quite tricky 
- Vocabulary enhancement 
- Get ready to listen 
- Is it worth it? 
- Delve deeper 
- Exciting or terrifying? 
- Deciding vote 
- More about the topic 
- The next lesson 

Send Homework

Quite challenging, but definitely doable.

- 30 minutes of decent English language practice.
- You'll revise all the lesson material.
- Steady progress is almost guaranteed.

Teacher's notes 

Send these slides as homework:

- Before you do your homework — Reading — 0 min.
- Unit vocabulary: Revision — Vocabulary — 4 min.
- Unit grammar: Revision — Grammar — 5 min.
- Biohacking doctor — Grammar — 5 min.
- Vocabulary enhancement — Vocabulary — 5 min.
- Exciting or terrifying? — Reading — 5 min.
- Deciding vote — Writing — 7 min.
- More about the topic — Reading — 0 min.
- The next lesson — Reading — 0 min.

Figure 4. The Slide with the Teacher's Notes Section

ute homework includes mainly 2-3 tasks on revision of the lesson grammar and vocabulary. When making this choice, the students are warned by the system that it will only enable them to revise vocabulary and grammar, but will not help to make significant progress. 30-minute homework also includes a listening or/and a reading task on the lesson topic and an obligatory production task on writing or speaking. When choosing this option, students are informed that only some progress can be made. 50-minute homework is developed for students who choose the full learning track and it covers all the receptive and productive skills development and contains about 9-10 tasks. There is a clear explanation to the students what effect this choice might have on their progress: whether they will have a profound practice and master language skills, have only the necessary additional practice of the skills they worked on during the lesson and progress slower or they will have just a brief overview of only target grammar and vocabulary.

These recommendations are written for the teacher in the special Teacher's notes section (see Figure 4). There are detailed lists of slides with skills explanations for each volume of homework.

2.1.3. Other ways to personalise a course

The flexible structure of our New General course necessitates certain changes in the criteria and the system of assessment. The general assessment in the course is implemented through mini-tests, progress tests, midterm exams and final exams. Mini-tests are designed for the revision of the unit (4 lessons); progress tests are developed to measure the student's progress after the section (8 lessons); midterm exams and final exams are held after the completion of half of the course and the whole course accordingly. Our approach of obligatory and optional lessons and different studying tracks called for the need of 2 options for all the tests and exam types. Thus, we have developed the simple and full versions for these progress checkpoints. **Full** versions of tests and exams (mini-test full, progress test full, final exam full) cover grammar and vocabulary studied in all the lessons of the unit/section/course. **Simple** versions (mini-test simple, progress test simple, final exam simple) cover grammar and vocabulary of merely obligatory lessons of the unit/section/course.

An optional midterm exam lesson has also been developed for every level of the New General English. These exam lessons are aimed at the students who want to check their progress in the middle of the course and get acquainted with the structure of the final exam.

2.2. A personalised lesson model

We have described the roles of a teacher in the personalised learning process. Thus, we can assume that personalisation itself lies within the teacher's responsibility. The teacher should be able to make the language learning relevant and motivating for a student. What about the course materials? Is there any way to make the content more personal to help the teacher set this personalised environment during their classes? The instructional designers of the New General course are attempting to model the lesson materials, which will enable the teacher to do it.

2.2.1. Lesson track statistics as basis for development

First, we have studied how teachers and students behave in the **lesson track**. Most of the EFL lessons on the Vimbox platform have a linear structure and are composed of 9-14 slides (which can be exercises, activities or explanations). They are shown to the student and the teacher in the form of a lesson plan. The lesson starts with the first slide automatically and further the teacher may

choose any slide to continue the lesson. They can skip some slides and even open the slides of the homework during the classwork if any explanations, demonstrations or assistance is needed. The slides are ordered according to the instructional designer's plan for the lesson. They correspond to certain purposes and language skills developed accordingly, to the scenario of the lesson implied by the content producer. However, teachers have teachers' notes for each lesson, in which they are informed about what else they can do or say, and on the whole, they are informed of the opportunities of being flexible and of adjusting the flow of the lesson to the student. We intended to find out how the student and the teacher mix the slides, whether they follow the linear structure of the lesson or it is a common practice for the Skyeng teachers to choose their individual track and thus personalise the materials. With the help of the data analysts' team, we have found out that most of the teachers choose to follow the designed plan of the lesson and they move from slide to slide in a linear way without adjusting the materials to the student's needs.

Figure 5 below represents the slides of the lesson and the way teachers shift from slide to slide, which is reflected in the percentage of teachers choosing this or that lesson track, shown with the help of arrows.

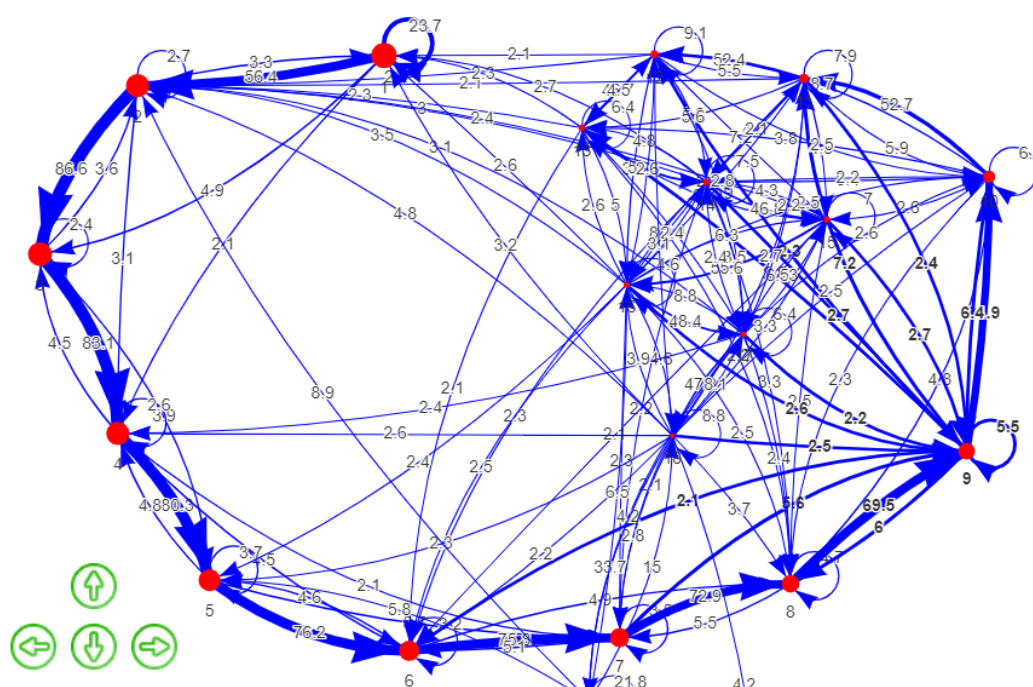


Figure 5. The Slides of the Lesson and the Number of Teachers Choosing Particular Lesson Tracks (in %)

There is a vivid blue arrow which shows how many shifts have been recorded between the slides within the lesson. The first slide of the lesson is a checkpoint where the teacher and the student check and discuss homework. This slide is often skipped, thus we do not record the first main shift between the second and the third slides of the lesson plan. The further trajectory is also **linear** and it continues mainly as far as the ninth slide of the lesson. The width of the arrow represents the percentage of the teachers following the lesson track. By the 10th slide it becomes narrower. The narrower arrows between the points represent the percentage of the teachers who shift to other lesson slides different from the next one. For instance, only 2.6% of the teachers shift from the 4th to the 9th slide of the lesson (compared to 80.3% who switch from the 4th to the 5th).

The general numbers of how the teachers shift between the lesson slide numbers is represented in the chart below.

Chart 1. The Number of Teachers Choosing the Linear Lesson Track (in %)

Nº Slide	% Teachers Shifting
1-2	56%
2-3	86,6%
3-4	83,1%
4-5	80,3%
5-6	76,2%
6-7	75,8%
7-8	72,9%
8-9	69,5%
9-10	64,9%

The main conclusion is contrary to our expectations that teachers use materials to adapt their order to students' needs: most teachers prefer to follow the plan of the lesson and **do not vary** the materials, and thus do not personalise the lesson according to their students' needs or interests. The flexibility of teachers is lower than that of students. Therefore, we use a number of tools to encourage students to make informed choices within the lesson and the course and to motivate teachers to allow for it. Within the lesson students get information about the types of the materials, which exercises are compulsory and which ones are optional, and how much homework they can choose, but it is important to model the lesson structure and content in such a way, as to allow flexibility for both the student and the teacher.

2.2.2. Modelling lesson content to allow personalisation

Having received the statistical data, we focused on providing the teachers with such lesson materials that will enable them to vary their teaching tracks within every lesson of the course, and so to make it possible to personalise not only the whole course but each lesson within the course frame.

The first stage to develop a lesson is to choose the content of the lesson according to the topic and the grammar focus in the roadmap of the course. We usually choose 2 content units for the lesson and 2 for the homework assignment. These are either the texts for reading or listening or video content. It is often the case that we have to compile some articles and other resources into a draft variant of a content unit which the native writers later rewrite and proofread. Thus there is a certain *fixed framework* for the *draft* of the lesson: lead-in, a reading task, a listening task and a production stage of the lesson for freer speaking. The rest of the lesson stages will be added according to what grammar and what vocabulary we want to work on during a particular lesson.

This fixed framework gives the opportunity to the instructional designer to scaffold *different options* for the teacher who will work on this lesson materials. They will design such steps in the lesson which could be *differently combined*, *skipped* or which would function as *additional practice* for certain skills.

From lesson to lesson we provide vocabulary practice steps (=stages), grammar presentation, eliciting and practice steps, reading and listening steps, pre-reading or pre-listening discussion steps and a production step (speech production activities) for freer practice of the target grammar or vocabulary. The whole number of the stages can vary from 12 to 18 (comprising extra practice steps).

The extra slides of the lesson are always optional and they are included into the main plan of the lesson and marked as a means of additional practice on vocabulary, grammar or speaking. Usually there are about 4 such additional slides, they are put at the end of the lesson plan and marked as OPTIONAL. At the same time the teacher sees the student's progress as it is measured automatically for each language skill according to the accuracy and number of exercises devoted to this skill and topic, done by the student. Such structure and information on the student's progress enables the teacher's flexibility and a personalised approach to each student's underdeveloped skills, preferences and aims. Let us consider examples of how this possibility of personalised lesson tracks can be practically realised.

The example below is taken from the New General English Advanced level course, Unit 3 "Feelings", Lesson 11 "The theory of happiness". Here is the plan and the aims of the lesson. It consists of 16 lesson slides which comprise vocabulary, grammar, reading, listening and speaking tasks.

The screenshot shows a digital lesson plan interface. At the top, there are icons for 'HW', 'Plan', '0%', 'Notes', and 'Words'. Below this is a 'Lesson' section with a list of 16 items, each with an icon indicating its type (e.g., speech bubble for speaking, book for reading, headphones for listening). The items are: 1 Checkpoint, 2 Being sad on cloud ni... (with a 'Preview' link), 3 What's the formula?, 4 A Japanese secret, 5 A lofty goal, 6 A word quiz, 7 Correct the words!, 8 Discover conditionals, 9 Suppose you forgot, 10 Don't miss practice!, 11 What is your secret?, 12 Results, 13 Time to choose, 14 Extra vocabulary (opt.), 15 Extra grammar (opt.), and 16 Speak out (opt.). To the right of the list is a large green box containing the lesson description and objectives.

In this lesson, you will find out about different theories which try to make sense of happiness and its components. You will learn about the differences between Western and Eastern philosophies of happiness and will try to formulate your own keys to happiness. Besides, you will revise how to use all types of conditional sentences and practise using the alternatives to *if* in such sentences.

Lesson objectives:

- to **talk** about different theories of happiness;
- to **enrich** vocabulary related to the topic of feelings;
- to **learn** how to talk about hypothetical events and actions and their possible consequences;
- to **practise** conditionals and alternatives to *if*.

Figure 6. A Sample Slide from the New General English Advanced Level Course

So how can a teacher form a personal track for the student who has below average speaking skills but has made more progress in grammar or vice versa? The arrows in the slide below (see Figure 7) show which steps of the lesson a teacher may choose 1) to shift the focus of the lesson to speaking for fluency for the student whose speaking is rather poor and who has to develop this skill better, 2) to shift the focus of the lesson to developing grammar skills of the student who is good at speaking and receptive skills, but who underscores at grammar.

For example, when focusing on speaking for fluency the system recommends to do a lead-in task, a pre-reading discussion, a reading and a listening task with the shift to post-reading and post-listening discussion, a slide with the productive task (creating your own formula for happiness) and an extra slide for speaking on the lesson topic. Thus, the student will have enough speaking practice during the lesson. The rest of the slides can be sent as homework or skipped.

To cater for the needs of the student who underscores at grammar and makes grammar a priority the teacher may choose only grammar slides from the lesson plan and combine them with the slides from the homework slides set.

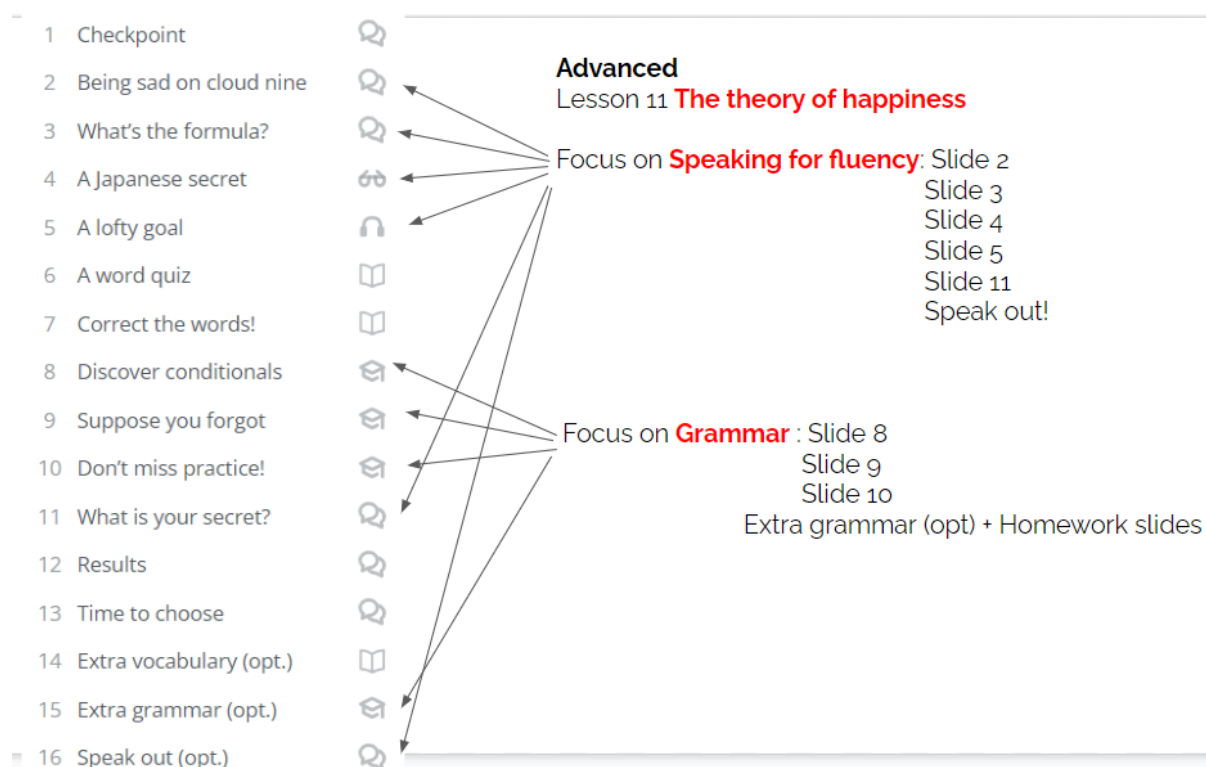


Figure 7. A Sample Slide from the New General English Advanced Level Course

3. CONCLUSIONS

There are numerous ways to implement personalised learning principles within the framework of the online language course. This can be achieved not only by delegating the responsibility to personalise the learning process to the teacher, but can start at the stage of the very course and lesson development. The example of the New General English course for adult learners in Skyeng describes how:

- to develop a **personalised syllabus structure** (combining the characteristics of content and skill-based syllabi);
- to design such a lesson structure as **to personalise the choice of the materials** needed for a particular student, relevant to their underdeveloped skills, interests or preferences;
- to make it possible for the student **to choose the amount of homework**;
- to implement the **personalised assessment** and progress check in the course structure;
- to **consider behavioral patterns** of teachers to support personalised learning;
- to allow students to act **in accordance with their learning needs** when constructing the learning process.

We assume that the model can be applied not only to design an online language course but is supposed to aid development of any studying materials meant for adult learners.

Conflict of interest

The author declares there is no conflict of interest.

REFERENCES

1. Herold, B. (2018). *What does personalized learning mean? Whatever people want it to*. Retrieved from <https://www.edweek.org/ew/articles/2018/11/07/what-does-personalized-learning-mean-whatever-people.html> (accessed: 24 January, 2021).
2. *How to Use Technology to Personalise Learning*. Retrieved from <https://www.dyknow.com/blog/how-to-use-technology-to-personalize-learning/> (accessed: 10 February, 2021).
3. Bak, T. H., Nissan, J. J., Allerhand, M. M., & Deary, I. J. (2014). Does bilingualism influence cognitive aging? *Annals of Neurology*, 75(6), 959-963. doi:10.1002/ana.24158
4. Bialystok, E. (2004). Bilingualism, Aging, and Cognitive Control: Evidence from the Simon Task. *Psychology and Aging*, 19(2), 290-303. doi:10.1037/0882-7974.19.2.290
5. Bray, B., & McClaskey, K. (2014). *Make Learning Personal: The What, Who, WOW, Where, and Why*. Corwin Press.
6. *International Bureau of Education. Training Tools for Curriculum Development*. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000250057> (accessed: 10 February, 2022).
7. Konobeev, A., Yukhimuk, Y., Voytsekhovskaya, V., & Shchekich, M. (2020). Personalization as an approach to education. *Professional Discourse & Communication*. 2, 118-138. doi:10.24833/2687-0126-2020-2-3-118-138
8. Knowles, M. (1970). *The Modern Practice of Adult Education. Andragogy versus Pedagogy*. Association Press.
9. Krahne, K.J. (1987). *Approaches to Syllabus for Foreign Language Teaching*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
10. Leustig, T. (2020). How to use technology to personalize learning. Retrieved from <https://www.dyknow.com/blog/how-to-use-technology-to-personalize-learning/> (accessed: 10 February, 2022).
11. Morin, A. *Personalised learning: What you need to know*. Retrieved from <https://www.understood.org/en/school-learning/partnering-with-childrens-school/instructional-strategies/personalized-learning-what-you-need-to-know> (accessed: 24 January, 2020).
12. Oates, T. (2018). *Individualised learning, personalised learning – just where did it come from and what does it mean?* Council of British International Schools. Retrieved from <https://www.cobis.org.uk/blog/individualised-learning-personalised-learning-just-where-did-it-come-from-and-what-does-it-mean> (accessed: 19 January, 2020).
13. Paul, A. (2012, June 13). Want to Prevent Aging? Learn a New Language. *Medicine. Time magazine*. Retrieved from <https://ideas.time.com/2012/06/13/want-to-prevent-aging-learn-another-language/> (accessed: 21 February, 2020).
14. Richards, J.C., & Rodgers, Th.S. (2016). *Approaches and Methods in Language Teaching*. Cambridge University Press.
15. Schweizer, T. A., Ware, J., Fischer, C. E., Craik, F. I. M., & Bialystok, E. (2012, September). Bilingualism as a contributor to cognitive reserve: Evidence from brain atrophy in Alzheimer's disease. *Cortex*, 48(8), 991-996. Retrieved from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0010945211001043> (accessed: 10 February, 2022).

16. Training Tools for Curriculum Development: Personalized Learning. UNESCO. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000250057#:~:text=Personalized%20learning%20is%20teaching%20and,and%20perception%20of%20the%20learner> (accessed: 10 February, 2022).

About the author:

Ksenia Smyshlyak is Senior methodologist in Skyeng Online School (Sumy, Ukraine).

Received: February 11, 2022.

Accepted: March 15, 2022.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-1-68-80>

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФРАГМЕНТОВ ИЗ ТЕКСТОВ Л.Н. ТОЛСТОГО ПРИ МЕТАПРЕДМЕТНОМ ПОДХОДЕ НА УРОКАХ ГУМАНИТАРНОГО ЦИКЛА

Н.А. Красовская

nelli.krasovskaya@yandex.ru

*Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого
(Тула, Россия)*

И.М. Шарифова

irina_sharifova@mail.ru

*Джизакский государственный педагогический институт им. А. Кадыри
(Джизак, Узбекистан)*

Аннотация: Вопросы гуманитарного образования не перестают волновать педагогов, поэтому обращение к метапредметному подходу представляется весьма значимым и актуальным. История взаимодействия разных областей знания не нова в педагогике и изучении гуманитарных предметов. Так, стоит вспомнить в этой связи традиции словесности, филологии, риторики. В рамках настоящего исследования в основу уроков с использованием метапредметного подхода авторы кладут рассмотрение фрагментов из текста романа-эпопеи Л.Н. Толстого «Война и мир». Метапредметный подход вполне может быть использован, если в основу нескольких уроков гуманитарного цикла положить фрагменты, связанные с описанием Бородинского сражения. В настоящее время очень важно поддерживать патриотический дух молодых россиян, способствовать выработке у них целостного и глубокого осмысления многих политических вопросов. На примере обращения к фрагментам, описывающим Бородинское сражение, можно рассмотреть ряд моментов, относящихся к отечественной истории (ход самого сражения, его герои, значимость для истории), к культуре (отражение событий Бородинского сражения в живописи, музыке), к литературе (Бородинское сражение на страницах художественных произведений, место «военных» страниц в романе-эпопее), к лингвистике (военная лексика как тематическая группа, системные отношения в рассматриваемых лексических единицах, типы лексических единиц, особенности семантики слов, встречающихся при описании Бородинского сражения). Однако авторы статьи обращают внимание на то, что получение новых знаний, новой информации – это важная, но не основная цель метапредметного подхода, важнее – формирование навыков самостоятельного мышления, продуктивной поисковой деятельности, сопоставительного анализа.

Ключевые слова: метапредметный подход, гуманитарные дисциплины, история, литература, язык, Л.Н. Толстой, текст, роман-эпопея, военная лексика.

Для цитирования: Красовская Н.А., Шарифова И.М. (2022). Использование фрагментов из текстов Л.Н. Толстого при метапредметном подходе на уроках гуманитарного цикла. *Дискурс профессиональной коммуникации*. 4(1), С. 68–80. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-1-68-80>

1. ВВЕДЕНИЕ

Преподавание гуманитарных дисциплин в школе несет за собой немало вопросов и дискуссий. Дело в том, что изучение гуманитарных предметов напрямую связано с формированием гражданской позиции школьников, развитием чувства патриотизма, освоением культуры, знакомством с историей этносов и др. Именно поэтому преподавание истории, литературы, обществознания, языков в школе должно идти в ногу со временем, откликаться на изменения, которые происходят в обществе. Помимо прочего, нельзя не учитывать, что гуманитарное образование базируется на традициях в понимании многих литературоведческих процессов, интерпретации исторических и социальных фактов, лингвистических процессов, функций и единиц. Особенно сложно даются гуманитарные предметы тем школьникам, для которых русский язык не является родным, которые в силу разных обстоятельств оказались включенными в классы, где основная масса детей – это носители русского языка.

Неразрывная связь многих областей гуманитарного знания приводит к тому, что в школьной практике преподавания языков, литературы, истории невозможно при рассмотрении ряда тем находиться только в рамках одной дисциплины, ощущается необходимость обращения к проблемному полю многих смежных наук. Традиции изучения гуманитарных предметов как единого целого сложились в отечественной педагогике достаточно давно. В этой связи нельзя не вспомнить, например, преподавание словесности, одним из принципов которого было полноценное обращение как к проблемам литературоведения, так и к проблемам лингвистики, ведь разделить искусство слова механически очень сложно. Так, актуально звучат слова Л. В. Новаковской, которая отмечает: «Одна из характерных особенностей современной школы – возвращение таких забытых предметов, как риторика и словесность. ... Словесность – важнейшее проявление духовной жизни человека. Главным образом в словесности выражаются самосознание нации, народа, нравственные, политические, социальные основы жизни общества. Благодаря словесности личность осознает свою включенность в общество, нацию, историю, познает мир и самое себя, осваивает культуру и развивает способность мыслить, чувствовать, творить, общаться с людьми. Художественная словесность создает новую реальность, осваивая которую, люди обретают способность самосовершенствования» [Новаковская, 2016, с. 62].

2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР

Современные установки, связанные с формированием личности школьников, также диктуют выбор новых подходов к процессу образования, к поиску иных форм организации урока. В этой связи очень актуальным становится поиск путей активизации изучения гуманитарных предметов в школе. Одним из таких путей, по мнению ведущих педагогов, методистов, является метапредметный подход. О метапредметности сейчас говорят и пишут

много. Действительно, метапредметность позволяет решить многие вопросы, связанные с развитием культурно ориентированной личности ребенка, реализовать запросы подрастающего поколения, связанные с интересами в области истории, социологии, этнологии и др. Так, А.В. Хуторской, рассматривая понятие метапредметности применительно к современным образовательным стандартам, замечает: «...цель образования – не освоение учебной деятельности, а именно генерация, продуцирование образовательного результата, имеющего ценность не только для ученика, но и для окружающего его социума, мира, человечества» [Хуторской, 2012]. Очень важным в связи с пониманием метапредметности нам представляется следующее утверждение: «Метапредметность характеризует выход за предметы, но не уход от них. Метапредмет – это то, что стоит за предметом или за несколькими предметами, находится в их основе и одновременно в корневой связи с ними. Метапредметность не может быть оторвана от предметности. А общеучебная деятельность относится к учению, а не к предметам. Можно сказать, что общеучебная деятельность стоит как бы «сбоку» или параллельно предметной, т.е. она независима от предметов и может применяться к любому из них. Тогда как метапредметная деятельность связана с предметной деятельностью, находится, как бы в её основе» [Хуторской, 2012].

В методических рекомендациях, составленных С.В. Галян, сказано: «Метапредметный подход – организация деятельности учащихся с целью передачи им способов работы со знанием. Метапредметный подход подразумевает промысливание (а не запоминание!) важнейших понятий учебного предмета, наличие образовательной деятельности, формирование и развитие у учащихся предметных базовых способностей, использование способа переоткрывания знания на разном учебном материале (т.е. повторение научного открытия в учебном процессе), наличие рефлексивной деятельности. Метапредметные результаты – освоенные обучающимися на базе нескольких или всех учебных предметов обобщенные способы деятельности (например, сравнение, схематизация, умозаключение, наблюдение, формулирование вопроса, выдвижение гипотезы, моделирование и т.д.), применимые как в рамках образовательного процесса, так и в реальных жизненных ситуациях. Метапредметная деятельность – деятельность за пределами учебного предмета; она направлена на обучение обобщенным способам работы с любым предметным понятием, схемой, моделью и т.д. и связана с жизненными ситуациями». [Гален, 2014, с. 8].

Как видно из приведенных выше толкований, метапредметное обучение и уроки, построенные на принципах метапредметности, способны развить обобщенные способы деятельности, рефлексивную деятельность и т.д. Метапредметность, на наш взгляд, не только способна объединить знания, умения и навыки, получаемые в школе в рамках каждого отдельного предмета, в один сложный комплекс, но и всемерно развить личность школьника. Однако, по нашему мнению, выстроить работу, имеющую метапредметную основу, в преподавании гуманитарных предметов, все-таки можно ориентируясь на два уровня: 1. сведение в единое целое знаний, базовой информации, которая лежит в основе понимания многих культурных, языковых, исторических фактов и феноменов; 2. развитие познавательных способностей, обобщенных способов деятельности и др., формирование навыков самостоятельного обобщения многих фактов действительности.

Рассуждая о важности развития личности при обращении к метапредметному подходу и к различным сторонам освоения культуры и искусства, М.Н. Ахметова замечает: «Учитель должен стать конструктором педагогических ситуаций, в основу которых положена метапредметность. Таким образом, школа действительно становится ответственной не только за знания, но и за развитие личности ребенка» [Ахметова, 2011].

Можно говорить о том, что актуальность обращения к метапредметному подходу не вызывают сомнений. Каждому преподавателю, заинтересованному в продуктивном и творческом обучении, важно определиться с конкретным материалом, который можно эффективно использовать при метапредметном обучении. Учитель старается в основу метапредметного подхода положить нечто такое, что может стать базой как для развития личностных качеств обучающегося, так и для пополнения багажа его знаний, связанных с разными областями человеческой деятельности, с разными сферами науки.

По нашему мнению, для метапредметного подхода может быть использован толстовский текст. Обращение к фрагментам из творческого наследия Л.Н. Толстого позволит как остановиться на знаниях, связанных с историей, культурой, этносом, так и решить комплекс развивающих и формирующих личность ребенка конкретных задач. Текст может стать тем культурным и языковым фундаментом, который позволит объединить цели и задачи педагога, а также заинтересованность обучающихся. Текст – понятие уникальное, его ценность и важность трудно переоценить. Известный филолог А.Т. Хроленко в связи с рассмотрением филологии как целостного знания замечает: «Объект филологии – текст. Предмет – смыслы и связанные с ними неявные закономерности текста» [Хроленко, 2013, с. 26].

Об использовании текстов Л.Н. Толстого на различных уроках, имеющих самые разнообразные цели и задачи, неоднократно писали исследователи. Так, об условиях обращения к творческому наследию Л.Н. Толстого говорят С.С. Бурцева и С.Н. Осодоева. Они отмечают: «Литература прошлого несет в себе опыт исторического, культурного, духовного, эстетического и социального развития... в литературной классике кроется могучий резерв воспитательного воздействия на подрастающее поколение» [Бурцева, Осодоева, 2021]. Размышляя далее о значимости обращения к классическим произведениям, авторы статьи свидетельствуют: «В сложившейся ситуации общество предъявляет все более высокие требования к учебному процессу с точки зрения формирования жизнеспособной (конкурентноспособной) и гармонически развитой личности с высокими целями, желанием к самореализации и самосовершенствованию, с умением анализировать результаты процесса своей деятельности, с навыками независимого принятия решений» [Бурцева, Осодоева, 2021]. Оценивая сложность и многозначность обращения к художественному высказыванию, О.В. Медуха пишет: «Художественное высказывание занимает в нем особый статус: смысловое поле и форма художественного высказывания проблематизируются. Так, поле смыслов проблематизируется как конвенциональная система высказываний: диалог находится на качественно ином уровне продуцирования и взаимодействия. Проблематизация языка в художественном выражении коррелирует с инерцией материала (язык), культуры, стратегий участников: от материальной сферы выражения (например, фонетика, мелодика стиха, визуальная подача текста) до мировоззренческой (поле дискурса), философской сфер и теоретических положений (наличие авторского субъекта и предпосылки интерпретации)» [Медуха, 2021, с. 80]. О.В. Медуха, отметим, решает задачи, связанные с освоением художественного дискурса, в аудитории инофонов.

В частности, неоднократно говорилось о том, насколько продуктивен «проблемный» подход при изучении эпических произведений. Например, на материале романа Л.Н. Толстого «Война и мир» в учебном пособии А.Н. Семенова учащимся предлагается решить следующие вопросы: «1. Что вы знаете об общественно-политической ситуации 60-х годов в России? Какие вопросы для передовой общественности были самыми важными, злободневными? 2. Как представлены вопросы и проблемы 60-х годов в романе «Война и мир»? Дает ли Лев Толстой возможные варианты разрешения этих вопросов?» [Семенов, 2013, с. 73].

Далее отмечается: «Одним из важнейших аспектов работы с таким «проблемным» заданием является обращение учащихся к социально-историческому контексту эпохи написания романа, к тому, насколько созвучными социальным запросам этой эпохи были проблемы, поднятые в нем» [Семенов, 2013, с. 73].

3. РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЯ

Нами в качестве текстового материала, который может быть использован при метапредметном подходе, предлагается рассмотреть фрагменты из романа-эпопеи «Война и мир». Как мы уже отметили выше, выбор эпического произведения дает более широкие возможности для использования метапредметного подхода. Само эпическое полотно позволяет обратиться к разным предметным областям, этому способствует и широта изображаемых событий, и множество персонажей, введенных автором на страницы произведения, и охват большого периода истории.

Основная цель нашего исследования – показать, как, используя отрывки из текстов Л.Н. Толстого, можно рассмотреть синтез проблем, связанных с изучением языка, в частности русского, литературы, истории и культуры в старших классах школы.

На наш взгляд, сегодня очень актуально обращение к отрывкам, которые иллюстрируют события войны, в частности Отечественной войны 1812 года. По нашему мнению, тексты Толстого, его рассуждения о целесообразности и нецелесообразности ведения войн, о сложностях психологического настроя человека, идущего в бой, всегда являются важными, интересными, по-настоящему откровенными. Многие размышления автора звучат пронзительно тонко: «Как ни тесна и никому не нужна и ни тяжка теперь казалась князю Андрею его жизнь, он так же, как и семь лет тому назад в Аустерлице накануне сражения, чувствовал себя взволнованным и раздраженным. Приказания на завтрашнее сражение были отданы и получены им. Делать ему было больше нечего. Но мысли не оставляли его в покое. Он знал, что завтрашнее сражение должно быть самое страшное из всех тех, в которых он участвовал, и возможность смерти в первый раз в его жизни, без всякого отношения к житейскому, без соображений о том, как она подействует на других, а только по отношению к нему самому, к его душе, с живостью, почти с достоверностью, просто и ужасно, представилась ему» [Толстой, 1978, т. 3, с. 208]. Жизнь человека, его душа, смерть – это важнейшие вопросы, которые ставил Толстой перед человечеством и которые звучат очень остро всегда.

Рассмотрение отрывков из романа-эпопеи «Война и мир» в 11 классе вполне уместно, так как к этому времени учащиеся изучили основные периоды отечественной истории XIX века, познакомились с творчеством Л.Н. Толстого, обратившись к указанному нами произведению на уроках литературы в 10 классе или в начале 11 класса. Русский язык также находится в завершающей стадии школьного освоения: многие темы, изученные ранее, повторяются, большое значение приобретает обращение к функционально-стилистической и коммуникативной сторонам языка и речи.

В связи с обращением к военным страницам романа-эпопеи учащимся можно задать несколько вопросов, например, такого характера: почему для понимания сути романа важно рассматривать не только мирные, но и военные сцены; что для вас значит само название романа-эпопеи; можно ли было бы, по вашему мнению, назвать произведение иначе?

Разговор о названии романа можно сопроводить демонстрацией написания слова *мир* с *и* или *и*, объяснением значений слов, а также разъяснением спора, связанного с написанием

названия романа (см. об этом, например, статью Н. Еськовой «О каком мире идет речь в “Войне и мире”?» [Еськова, 2002]).

Подобное обращение к пониманию названия романа и ключевых слов, отражающих основное содержание произведения, позволяет начать разговор об исторических фактах. В данном случае нам представляется важным обратиться к сцене Бородинского сражения. Как известно, описание Бородинского сражения Л.Н. Толстой передает глазами Пьера Безухова. Этот персонаж романа-эпопеи никак не может быть отнесен к военным лицам, поэтому его восприятие сражения имеет некоторые особенности. Но в данном случае нас интересует не столько эмоциональное состояние героя и его оценка происходящего, сколько Бородинское сражение как исторический факт. У Л.Н. Толстого, например, читаем: «Первоначальная линия расположения русских войск по Колоче была переломлена, и часть этой линии, именно левый фланг русских, впоследствии взятия Шевардинского редута 24-го числа, была отнесена назад. Эта часть линии была не укреплена, не защищена более рекою, и перед нею одною было более открытое и ровное место» [Толстой, 1978, т. 3, с. 222]. Именно поэтому учащимся можно задать вопросы о том, насколько совпадает описание Бородинского боя Л.Н. Толстым и описание Бородинского сражения у историков, предварительно, конечно, заручившись поддержкой тех школьников, которые могли бы заранее подготовить сообщения или доклады о том, как представляется Бородинское сражение в исторической литературе, например, обратившись к трудам Б.В. Юлина [2008], Н.А. Троицкого [https://bigenc.ru/domestic_history/text/1879177].

От фрагментов, которые описывают Бородинскую битву, можно перейти к именам героев этого сражения. На наш взгляд, также очень важным станет обращение к произведениям искусства, которые как воспроизводят события битвы, так и знакомят нас с ее участниками. Учащихся возможно вовлечь в беседу с помощью вопросов о том, знакомы ли они с какими-то произведениями искусства, посвященным битве. Безусловно, мы прежде всего демонстрируем портреты генералов из военной галереи 1812 года, которая находится в Эрмитаже. Приемы работы с этим иллюстративным материалом могут быть разные: можно дать задание учащимся найти эти портреты, рассказать о конкретных героях, о создании галереи. Можно провести виртуальную экскурсию по галерее и остановиться на некоторых именах. В частности, было бы уместным обратиться к портрету генерал-майора Александра Алексеевича Тучкова 4-го, рассказать о его судьбе и свой рассказ сопроводить стихотворением М. Цветаевой и романсом, написанным на его основе:

Ах, на гравюре полустертой,
В один великолепный миг,
Я встретила, Тучков-четвертый,
Ваш нежный лик,

И вашу хрупкую фигуру,
И золотые ордена...
И я, поцеловав гравюру,
Не знала сна.

О, как – мне кажется – могли вы
Рукою, полною перстней,
И кудри дев ласкать — и гривы
Своих коней.

В одной невероятной скачке
Вы прожили свой краткий век...
И ваши кудри, ваши бачки
Засыпал снег.
(Цветаева М.И. «Генералам двенадцатого года»
[<https://cvetaeva.su/generalam-dvenadtsatogo-goda>]).

По нашему мнению, рассказ о Бородинском сражении можно расширить за счет и других произведений русской литературы. Можно вспомнить с учащимися стихотворение М.Ю. Лермонтова «Бородино», задать вопросы о том, в каком году оно было написано, каково его содержание. Приходят на память следующие строки:

Ведь были ж схватки боевые,
Да, говорят, еще какие!
Недаром помнит вся Россия
Про день Бородина!
(Лермонтов М.Ю. «Бородино»
[<https://www.culture.ru/poems/36608/borodino>]).

Обсуждение «военных» фрагментов романа-эпопеи «Война и мир» следует завершить вопросами о том, что принесла участникам войны битва, каково место битвы в Отечественной войне 1812 года, какова оценка битвы современными историками.

В качестве фонового материала, который также может иметь огромное значение для оценки школьниками роли Бородинского сражения, следует дать отсылки к музеям, выставкам, мемориалам, которые прославляют битву, воспроизводят ее моменты. Тут можно вспомнить музей-панораму, можно говорить о Бородинском военно-историческом заповеднике, о Спасо-Бородинском монастыре. В данном случае мы демонстрируем тесную связь истории и искусства, истории и культурной памяти народа.

Наконец, большое значение при метапредметном подходе имеет анализ языковых средств, которые встречаются на страницах романа и которые и воспроизводят в нашем сознании картины битвы. Военная лексика, с одной стороны, является довольно изученным пластом, а с другой стороны – к ней не так часто обращаются современные носители языка, поэтому ее можно отнести к малопонятным лексемам.

Анализ лексических единиц можно начать с вопроса о том, какие слова не понятны или не совсем понятны школьникам. Тут можно также поставить вопрос о проблеме существования агнонимов в языке, а также о редких и забытых словах (см. словарь Сомова В.П. [1996]). Мы предлагаем рассмотреть разнообразные лексические единицы, так или иначе связанные с военным делом. О лексике, относящейся к указанной тематической группе, неоднократно писали лингвисты. Можно вспомнить работы Ю.А. Бельчикова [2000], А.М. Жигулева [1960], М.Н. Орловой [1984] и др.

Так, обращаясь к рассмотрению военной лексики, Т.В. Демидович отмечает: «Представляется необходимым дальнейшее углубленное изучение военной лексики в рамках антропоцентрического подхода к исследованию языковых единиц» [Демидович, 2015, с. 3]. Например, у Толстого [Толстой, 1978, т. 3] находим: *кавалерист (...кавалеристы идут на сражение... с. 197), денщик (...стояли экипажи, фургоны, толпы денщиков и часовые... с. 198), ополченец (Пьер вышел из экипажа и мимо работающих ополченцев вошел...с. 198),*

редут (Это был Шевардинский редут. с. 200), позиция (Так как же наша позиция?...с. 200), фланг (...правый фланг наш вот где...с. 200), крыло (...а теперь мы отнесли назад левое крыло...с. 200), унтер-офицер (Старый унтер-офицер, подошедший к офицеру...с. 200), тур (За турами ехать надо...с. 200), кивер (...шла пехота с снятыми киверами и ружьями...с. 200), батарея (...и те, которые работали на батарее...с. 201) и мн.др.

Обращаясь к анализу этих и подобных лексических единиц, мы решаем несколько проблем: во-первых, расширяем словарный запас учащихся. Например, в «Словаре русского языка» (МАС) находим: «**Кивер**...Военный головной убор без полей с высокой тульей (в европейских армиях 18-19 вв.)...» [Словарь русского языка, 1982, с. 47] или в «Толковом словаре живого великорусского языка» В.И. Даля читаем: «**ТУР** м. фрнц.воен. – хворостяная корзина, набиваемая землей, для защиты от пуль...» [Даль, 2004, с. 735]. Таким же образом, привлекая многочисленные лексикографические источники, проводится анализ всех выявленных лексических единиц. Во-вторых, путем знакомства с семантикой слов обращаемся к историческим реалиям. И тут дело не только в том, что эти лексические единицы составляют контекст толстовских высказываний, раскрывают детали исторического Бородинского сражения, но и в том, что учащиеся знакомятся с разнообразными системными отношениями, наблюдаемыми в лексике русского языка. Рассматривая указанные лексические единицы, можно вспомнить о явлениях однозначности и многозначности, о путях появления многозначных слов, о развитии из многозначности омонимии. С другой стороны, школьники, обращаясь к анализу указанных лексических единиц, более отчетливо представляют тематические группы, лексико-семантические группы, лексические единицы, которые относятся к устаревшим, к заимствованным. Так, подобное вычленение лексических единиц одной тематической группы из текстов художественных произведений является довольно сложной задачей (см. об этом, например, [Красовская, 2020]), с которой, однако, могут попытаться справиться школьники, если перед ними поставить такую задачу. Таким образом, обращаясь к небольшим фрагментам из текста романа-эпопеи «Война и мир» Л. Н. Толстого, мы решаем ряд проблем, связанных с изучением понимания системных отношений в лексике литературного языка.

4. ВЫВОДЫ

Итак, метапредметный подход становится основой для расширения знаний, которые получают учащиеся в ходе знакомства с фрагментами из романа-эпопеи «Война и мир». Однако важно подчеркнуть, что не только набор конкретных дат, фамилий, имен и не только строчки из художественных произведений важны как результат применения метапредметного подхода, но и то широкое информационно-проблемное поле, которое позволяет учащимся приобретать навыки сопоставительного рассмотрения многих фактов истории, литературы, культуры. Важнейшим результатом метапредметного обучения старших школьников может стать выработка системного взгляда на отдельные явления, относящиеся к разным сферам гуманитарного знания: истории, литературе, языку.

Приведенная нами модель обращения к фрагментам толстовского текста демонстрирует широкие возможности дальнейшего расширения использования метапредметного подхода в изучении гуманитарных дисциплин в старшей школе. Хотелось бы еще раз подчеркнуть, что взаимосвязь многих явлений истории, литературы, культуры, языка органична, поэтому и изучение в школе ряда вопросов социально-культурной жизни должно отличаться синкретичностью, взаимопроникновением.

Обогащение одной области знания за счет другой делает возможности развития человека, его деятельностного потенциала, более широкими. Обладать конкретными знаниями в современном мире очень важно, но еще важнее уметь сопоставлять, сравнивать, классифицировать, самостоятельно делать выводы, искать пути решения проблем. Этому во многом и способствует метапредметный подход и его использование на уроках гуманитарного цикла в старшей школе.

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ахметова М.Н. Метапредметный подход в интерпретации текста [Электронный ресурс] // Ученые записки ЗабГГПУ. Серия: Филология, история, востоковедение. 2011. №2. С. 24-26 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metapredmetnyy-podhod-v-interpretatsii-teksta/viewer> (дата обращения: 15.01.2022).
2. Бельчиков Ю.А. Из наблюдений над русским литературным языком эпохи Великой Отечественной войны // Филологические науки. 2000. № 6. С. 46-55.
3. Бурцева С.С., Осодоева С.Н. Организация и проведение онлайн-уроков по изучению произведений Л. Н. Толстого в старших классах [Электронный ресурс] // Инновационная научная современная академическая исследовательская траектория (ИНСАЙТ). 2021. №4 (7). С. 53-69. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-i-provedenie-onlayn-urokov-po-izucheniyu-proizvedeniy-l-n-tolstogo-v-starshih-klassah/viewer> (дата обращения: 15.01.2022).
4. Галян С.В. Метапредметный подход в обучении школьников: Методические рекомендации для педагогов общеобразовательных школ. Сургут: РИО СурГПУ, 2014.
5. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: Современное написание: В 4 т. Т.4. М.: ООО «Издательство АСТ»: ООО «Издательство Астрель», 2004.
6. Демидович Т.В. Семантико-стилистический и лингвокультурологический аспекты изучения военной лексики: на материале художественной литературы о Великой Отечественной войне: автореф. дис. ...канд. филол. наук. Волгоград, 2015.
7. Еськова Н.О. Какое место идет речь в «Войне и мире»? [Электронный ресурс] // Наука и жизнь. 2002. №6. URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/4332/> (дата обращения: 15.02.2022).
8. Жигулев А.М. Русские военные пословицы и поговорки. М.: Воениздат, 1960.
9. Красовская Н.А. «Народные рассказы» Л.Н. Толстого: семантическое поле движения // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л. Н. Толстого. 2020. Вып. 4 (36). С. 12-23.
10. Лермонтов М.Ю. Бородино [Электронный ресурс]. URL: <https://www.culture.ru/poems/36608/borodino> (дата обращения: 15.01.2022).
11. Медуха О.В. Изучение поэтических текстов с иностранными студентами в современном поэтическом дискурсе [Электронный ресурс] // Дискурс профессиональной коммуникации. 2021. 3 (2). С. 80-93. URL: <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2021-3-2-80-93/> (дата обращения: 15.02.2022).

12. Новаковская Л.В. Понятие «словесность» в его историческом развитии // Вестник Академии знаний. 2016. № 16 (1). С. 62-67.
13. Орлова Н.М. Функционирование морской лексики в тексте художественной литературы (XIX–XX вв.): дис. ... канд. филол. наук. М.: Изд-во пед. инс-та, 1984.
14. Семенов А.Н. Метапредметный подход на уроках литературы как средство познания и воспитания: учебно-методическое пособие для учителей русского языка и литературы. Ханты-Мансийск: редакционно-издательский отдел АУ ДПО ХМАО-ЮГРЫ «Институт развития образования», 2013.
15. Словарь русского языка: В 4-х т. М.: Русский язык, 1982.
16. Сомов В.П. Словарь редких и забытых слов. М.: Гуманит. издат. центр ВЛАДОС, 1996.
17. Толстой Л.Н. Война и мир. М.: Молодая гвардия, 1978. Т.3.
18. Троицкий Н.А. Бородинское сражение 1812 [Электронный ресурс] // Большая российская энциклопедия: [в 35 т]. М.: Большая российская энциклопедия, 2004-2017. URL: https://bigenc.ru/domestic_history/text/1879177 (дата обращения: 15.01.2022).
19. Хроленко А.Т. Основы современной филологии: учеб. пособие. М.: ФЛИНТА, 2013.
20. Хуторской А.В. Метапредметное содержание образования с позиций человекообразности [Электронный ресурс] // Вестник Института образования человека. 02 марта 2012 г. URL: https://licuv1547.mskobr.ru/files/metapredmetnoe_soderzhanie.pdf (дата обращения: 15.01.2022).
21. Цветаева М.И. Генералам двенадцатого года [Электронный ресурс]. URL: <https://cvetaeva.su/generalam-dvenadtsatogo-goda> (дата обращения: 15.01.2022)
22. Юлин Б.В. Бородинская битва. М.: Яуза, Эксмо, 2008.

REFERENCES

1. Akhmetova, M. N. (2011). Metapredmetnyy podkhod v interpretatsii teksta [Meta-subject approach in the interpretation of the text]. *Uchenye zapiski ZabGGPU. Seriya: Filologiya, istoriya, vostokovedenie* [Transbaikal State University bulletin: Philology, history, oriental studies], 2, 24-26. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/metapredmetnyy-podhod-v-interpretatsii-teksta/viewer> (accessed: 15 January, 2022) (in Russian).
2. Belchikov, Yu. A. (2000). Iz nablyudeniy nad russkim literaturnym yazykom epokhi Velikoy Otechestvennoy voyny [Observations on the Russian literary language of the era of the Great Patriotic War]. *Philological Sciences*, 6, 46-55 (in Russian).
3. Burtseva, S. S., & Osodoeva, S. N. (2021). Organizatsiya i provedeniye onlayn-urokov po izucheniyu proizvedeniy L. N. Tolstogo v starshikh klassakh [Organization and conduct of online lessons on the study of the works of L. N. Tolstoy in high school]. *Innovative scientific modern academic research trajectory (INSIGHT)*, 4 (7), 53-69. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-i-provedenie-onlayn-urokov-po-izucheniyu-proizvedeniy-l-n-tolstogo-v-starshih-klassah/viewer> (accessed: 15 January, 2022) (in Russian).
4. Galyan, S. V. (2014). *Metapredmetnyy podkhod v obuchenii shkol'nikov: Metodicheskiye rekomendatsii dlya pedagogov obshcheobrazovatel'nykh shkol* [Meta-subject approach in teaching schoolchildren: Guidelines for teachers of secondary schools]. Surgut: RIO SurGPU (in Russian).
5. Dal, V. I. (2004). *Tolkovyy slovar' zhivogo velikoruskogo yazyka* [Explanatory dictionary of the living Great Russian language: Modern spelling: In 4 volumes]. V.4. Moscow: AST Publishing House: Astrel Publishing House (in Russian).

6. Demidovich, T. V. (2015). *Semantiko-stilisticheskiy i lingvokul'turologicheskiy aspekty izucheniya voyennoy leksiki: na materiale khudozhestvennoy literatury o Velikoy Otechestvennoy voyne*. [Semantic-stylistic and linguoculturological aspects of the study of military vocabulary: based on the material of fiction about the Great Patriotic War] (PhD thesis). Volgograd (in Russian).
7. Eskova, N. (2002). O kakom mire idet rech' v "Voyne i mire"? [What is meant under the word "peace" in "War and Peace"?]. *Nauka i zhizn' [Science and Life]*, 6. Retrieved from <https://www.nkj.ru/archive/articles/4332/> (accessed: 15 February, 2022) (in Russian).
8. Zhigulev, A. M. (1960). *Russkiye voyennyye posloviitsy i pogovorki [Russian military proverbs and sayings]*. M.: Military Publishing House (in Russian).
9. Krasovskaya, N. A. (2020). "Narodnyye rasskazy" L. N. Tolstogo: semanticheskoye pole dvizheniya ["Folk stories" by L. N. Tolstoy: the semantic field of movement]. *Bulletin of Tula State Pedagogical University*, 4 (36), 12-23 (in Russian).
10. Lermontov, M. Yu. (n.d.). Borodino. [Borodino]. Retrieved from <https://www.culture.ru/poems/36608/borodino> (accessed: 15 January, 2022) (in Russian).
11. Medukha, O. V. (2021). Izucheniye poeticheskikh tekstov s inostrannymi studentami v sovremennom poeticheskom diskurse [The study of poetic texts with foreign students in modern poetic discourse]. *Discourse of professional communication*, 3(2), 80-93. Retrieved from <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2021-3-2-80-93/> (accessed: 15 January, 2022) (in Russian).
12. Novakovskaya, L. V. (2016). Ponyatiye «slovesnost'» v yego istoricheskom razvitii [The concept of "literature and language" in its historical development]. *Bulletin of the Academy of Knowledge*, 16 (1), 62-67 (in Russian).
13. Orlova, N. M. (1984). *Funktsionirovaniye morskoy leksiki v tekste khudozhestvennoy literatury (XIX–XX vv.) [The functioning of marine vocabulary in the text of fiction (XIX–XX centuries)]* (PhD thesis). Moscow (in Russian).
14. Semenov, A. N. (2013). *Metapredmetnyy podkhod na urokakh literatury kak sredstvo poznaniya i vospitaniya. [Meta-subject approach in literature lessons as a means of cognition and education]: a teaching aid for teachers of the Russian language and literature*. Khanty-Mansiysk: Editorial and Publishing Department of the AU DPO KHMAO-UGRA "Institute for the Development of Education" (in Russian).
15. Slovar' russkogo yazyka [Dictionary of the Russian language]: In 4 volumes (1982). M.: Russian language (in Russian).
16. Somov, V. P. (1996). *Slovar' redkikh i zabytykh slov [Dictionary of rare and forgotten words]*. M.: Humanit. publisher center VLADOS (in Russian).
17. Tolstoy, L. N. (1978). *Voyna i mir. [War and Peace]*. M.: Young Guard. Vol. 3 (in Russian).
18. Troitsky, N. A. (n.d.). Borodinskoye srazheniye 1812 [Battle of Borodino 1812]. *Great Russian Encyclopedia: [in 35 volumes]*. M.: Great Russian Encyclopedia, 2004-2017. Retrieved from https://bigenc.ru/domestic_history/text/1879177 (accessed: 15 January, 2022) (in Russian).
19. Khrolenko, A. T. (2013). *Osnovy sovremennoy filologii: ucheb. posobiye [Fundamentals of modern philology: textbook]*. M.: FLINTA (in Russian).
20. Khutorskoy, A. V. (2012). Metapredmetnoye sodержaniye obrazovaniya s pozitsiy chelovekosobraznosti [Meta-subject content of education from the standpoint of human conformity]. *Bulletin of the Institute of Human Education*. Retrieved from https://licuv1547.mskobr.ru/files/metapredmetnoe_soderzhanie.pdf/ (accessed: 15 January, 2022) (in Russian).
21. Tsvetaeva, M. I. (n. d.). Generalam dvenadtsatogo goda [To the Generals of 1812]. Retrieved from <https://cvetaeva.su/generalam-dvenadtsatogo-goda> (accessed: 15 January, 2022) (in Russian).
22. Yulin, B. V. (2008). *Borodinskaya bitva. [Battle of Borodino]*. M.: Yauza, Eksmo (in Russian).

Сведения об авторах:

Красовская Нелли Александровна, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и литературы Тульского государственного университета им. Л.Н. Толстого (Тула, Россия). ORCID: 0000-000304260-7620

Шарифова Ирина Мавлоновна, старший преподаватель кафедры русского языка и методики его преподавания Джизакского государственного педагогического института им. А. Кадыри (Джизак, Узбекистан). ORCID: 0000-0001-5296-6876

Получено: 17 января 2022 г.

Принято к публикации: 11 марта 2022 г.

META-SUBJECT APPROACH IN THE LESSONS OF THE HUMANITARIAN CYCLE: USING FRAGMENTS FROM THE TEXTS BY LEO TOLSTOY

Nelly A. Krasovskaya

nelly.krasovskaya@yandex.ru

*Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University
(Tula, Russia)*

Irina M. Sharifova

irina_sharifova@mail.ru

*Jizzakh State Pedagogical Institute named after A. Kadiri
(Jizzakh, Uzbekistan)*

Abstract: The issues of liberal education do not cease to excite teachers, so the appeal to the meta-subject approach seems to be very significant and relevant. The history of interaction between different fields of knowledge is not new in pedagogy and the study of humanitarian subjects. It is worth recalling in this regard the traditions of literature, philology, and rhetoric. In the framework of this study, the authors use the meta-subject approach as the foundation for lessons based on the consideration of fragments from the text of the epic novel by L. N. Tolstoy “War and Peace”. The very appeal to the reflections of the great master of the word is always relevant. The meta-subject approach may well be used if several lessons of the humanitarian cycle are based on the fragments related to the description of the Battle of Borodino. Nowadays it is very important to support the patriotic spirit of young Russians, to help them develop a holistic and deep understanding of many political issues. Using the example of referring to the fragments describing the Battle of Borodino, one can consider a number of points related to national history (the course of the battle itself, its heroes, significance for history), culture (reflection of the events of the Battle of Borodino in painting, music), literature (the Battle of Borodino on the pages of fiction, the place of “military” pages in the epic novel), linguistics (military vocabulary as a thematic group,

systemic relations in the lexical units under consideration, types of lexical units, features of the semantics of words encountered in the description of the Battle of Borodino). However, the authors note, that obtaining new knowledge, new information is an important, but not the main goal of the meta-subject approach, more important is the formation of skills for independent thinking, productive search activity, and comparative analysis.

Keywords: meta-subject approach, humanitarian disciplines, history, literature, language, L. N. Tolstoy, text, epic novel, military vocabulary.

How to cite this article: Krasovskaya N.A., Sharifova I.M. (2022). Meta-Subject Approach in the Lessons of the Humanitarian Cycle: Using Fragments from the Texts By Leo Tolstoy. *Professional Discourse & Communication*, 4(1), pp. 68–80. (in Russian). <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-1-68-80>

About the authors:

Nelly A. Krasovskaya, Dr. Sci. (Philology), professor in the Department of the Russian language and literature at Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University. ORCID: 0000-000304260-7620

Irina M. Sharifova is senior lecturer in the Department of the Russian language and its teaching methodology at Jizzakh State Pedagogical Institute named after A. Kadiri (Jizzakh, Uzbekistan). ORCID: 0000-0001-5296-6876

Received: January 17, 2022.

Accepted: March 11, 2022.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

<https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-1-81-92>

LINGUISTIC AND CULTURAL KNOWLEDGE ACQUISITION IN TERMS OF THE MULTIMODAL APPROACH TO EIL STUDIES

Olga D. Vishnyakova

ol-vish@mail.ru

Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

Russian State University for the Humanities (Moscow, Russia)

Elizaveta A. Vishnyakova

vishnyalis@yandex.ru

Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University (Tula, Russia)

Abstract: The problem of linguistic and cultural knowledge correlation in terms of English as an International Language learning deserves special attention as one of the topical issues in reference to the new methods of knowledge and skills acquisition, required in the present-day global society. Language learning determined by particular cultural and conceptual bases faces new challenges in the case of EIL, as culture should be discussed within different terms in this connection and serve to achieve different educational goals. Within this context, culture is referred to as both the subject of studies and the means of learning. It is used as the source of information for EIL learners and helps to create a multicultural environment to facilitate the process of intercultural professional communication. Culture can be learned both from the point of view of similarity and its difference, which correlates with the basic tendencies in semiotic systems development. The use of modern information technologies as well as the lifetime learning mode in which modern citizens live and work seeks new approaches and methods of knowledge acquisition. The multimodal approach to language and culture deserves special attention from the viewpoint of EIL learning as it implicates elaboration of certain methodology that covers the whole complex of modes based on the use of the human senses abilities as well as different semiotic systems including language. The approach in question seems to be used for the purpose of educational process optimization, especially with reference to the purposes of EIL studies and the role of culture in this concern. To analyze the problem in detail and to demonstrate the validity of cultural knowledge application within EIL learning and teaching, the survey that included 3 questionnaires has been carried out on the basis of the materials presented by 62 linguistic (English philology) and 60 non-linguistic (Social sciences) students. The answers contained in the questionnaire enabled the authors to come to the conclusions as referred to the validity of multimodal approach application with respect to cultural and linguistic skills and knowledge acquisition within the scope of EIL learning and teaching.

Keywords: English as an International Language (EIL), culture, multimodal approach, Standard English, ESP, intercultural communication, professional communication.

How to cite this article: Vishnyakova, O.D., Vishnyakova, E.A. (2022). Linguistic and Cultural Knowledge Acquisition in Terms of the Multimodal Approach To EIL Studies. *Professional Discourse & Communication*, 4(1), pp. 81–92. <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2022-4-1-81-92>

1. INTRODUCTION

It is a well-established fact that the linguistic and socio-cultural status of English as an International Language (EIL) in the modern world refers to the fact of the continuing spread of English as the means of communication, both cross-cultural and within the speakers' own borders, including its use for specific purposes. The problem of its teaching is to a great extent multi-fold as not only professional communication between non-native speakers with native speakers of English is taken into consideration but first and foremost communication between representatives of different cultures and nationalities. The situation becomes further complicated as the communicants in question are characterized by different cultural and conceptual biases, as well as different purposes and levels of language skills and knowledge possession.

One of the basic problems that arises in this connection is the choice of the most effective ways of teaching English for international communication, especially in concern with standards for EIL teaching, including its structural-semantic and discourse peculiarities, based on specific cultural and conceptual issues. New challenges in the area of language acquisition have required new approaches and methods, which should reflect all the linguistic and cognitive processes in their complexity and their pursuit to versatility. The multimodal approach to teaching languages seems to be the one that comprises a number of methods in their optimal combination to realize the human personality potential for solving problems of universal character, including EIL skills and knowledge acquisition. It is intended to elaborate methods that help to overcome potential barriers that may arise at the cognitive-conceptual level due to different cultural and value-semantic orientations of communicants. Thus, the study aims at the analysis of the use of the multimodal approach in teaching English as an International Language and its advantages that should be used to intensify the educational process

METHODOLOGY

One of the basic problems of EIL teaching concerns the problem of linguistic and cultural differences of the learners and their ability to accept the universal issues of the multicultural environment in order to acquire the knowledge and skills within the frames of Standards for EIL. S.L. McCay focuses on pragmatic and rhetorical competences in the field of EIL that turn out to be closely connected with language and culture correlation, especially in terms of teaching, as “the use of EIL involves crossing borders” (McKay, 2002, 81). At the same time, it should be noted that cross-cultural communication is a complicated and diverse issue based on natural dynamic processes that concern *lingua franca* and local models, both discussed within the domain of World Englishes (Kirkpatrick, 2007, 3). It should be noted in this connection that the problem of language and culture correlation as referred to EIL teaching tends to be complicated as on the one hand it is assumed that due to the fact that in this case English is considered an international language, its use is no longer connected with the British culture or cultures of the Inner Circle countries, as language cannot be

associated with any country or culture; rather, it must belong to those who use it (McKay, 2002, 1), while on the other hand it should be borne in mind that in terms of its conceptual basis English and the corresponding culture possess their own cultural and linguistic thinking peculiarities based on the long period of their historical development and world view formation (Vishnyakova, Vishnyakova, 2020).

Cultural knowledge concerning intercultural communication problems helps to explain and understand the similarities and differences between cultures, to acquire the necessary communication skills, and to provide access to successful communication based on cultural sensitivity and cultural awareness (Crowther & De Costa, 2017), which present the indispensable foundation of cross-cultural communication and the use of EIL as its basic means. Here the problem of “the lingua franca core” comes into being, not only from the phonetic and phonological point of view but also in reference to current linguistic changes, which concern all levels of language. Despite extensive discussion and presentation of new English varieties and approaches (Goddard, Wierzbicka, 2018), it is not only the provision of information on cultural behavior, cultural knowledge, and cultural artifacts that is by no means significant, but also the values, expectations, attitudes, and beliefs of the host culture, which needs a new approach based on keeping the mind open and trying to penetrate at least partially into its area. In this context, it should be noted that specific methods and techniques, which have been developed for teaching cultures, including the atmosphere of interculturality creating as well as teaching culture as a difference and similarity, teaching values, with special attention to global cultural issues (Shennan 1991; Singh, and Doherty, 2004). As is well known the main purpose of cultural issues application within the frames of the design of EIL teaching is providing cultural information, represented in the ‘aesthetic sense’ (literature, music, films) and ‘the sociological sense’ (customs, traditions, institutions), ‘the semantic sense’ (the embodiment of the culture’s conceptual system in language” and ‘the pragmatic sense’ (the influence of cultural norms on the choice of types of language appropriate for certain contexts) (McKay, 2002, 82). The term “English as an International Language” covers the whole range of terms and directions in language learning, organized according to a certain learning goal. Most of the approaches used seem to be valid and successful from the point of view of the results achieved, and depend on a number of factors, which comprise the goal setting and the learners’ level of assessment, their linguistic and cultural basis, including their monolingual or bilingual experience, as well as individual differences. While discussing the multimodal approach to EIL teaching and learning we proceed from the premise that it comprises several methods, having been thoroughly elaborated by generations of scientists and pedagogues, and based on the analysis of both linguistic structure and function. While discussing cultures in terms of multimodality and its semiotic nature the notions of incompatibility, on the one hand, and standardization, or mutual compatibility at the level of signs, on the other, i.e. the main principles of evolution of semiotic systems, should be taken into account (Kull, 2014).

The notion of multimodality in terms of its analytical representation is concerned with different interpretations. It is considered to be a dynamic category of social character, as referred to any dimension of mediated meaning-making at the visual (for example, pictures) and linguistic levels of representation. In terms of socio-semiotic approach to communication concerns with pragmatics and creativity as referred to the addressee at the level of gesture, picture, music, spoken sentence, the shift toward multimodality is characterized by the tendency of the retreat from linearity imposed by language (verbal) mode. At the same time, verbal and visual modalities should be clearly differentiated as at the level of language meaning of a word or sentence can be derived from its form while taking into consideration linguistic norms and conventions (Forceville, 2011). Pedagogical issues of multimodality are of particular interest in terms of current approaches to “affordances”

and “constraints”, which deal with the ability of a linguistic or material (usually visual) subject to have a specific impact on the target audience (a recipient of the information). In this context, another very important point is to be mentioned, which is referred to as modal ensembles or complexes, in which the forces of two or more modes are joined together to transmit information (Ellström, 2010; Forceville, 2011). The multimodal approach concerns various aspects of human activity and, based on the process of interaction of different semiotic systems, is used to elaborate the modes of content and meaning representation, especially the ones, which may seem most appropriate in all spheres of life. Today’s life makes an individual extremely efficient in the use of time devoted to learning, which in modern conditions presents itself as lifetime learning (Nemejc et al., 2019). Multimodality is connected with efficient use of human and global resources: “The complexity of today’s global society and the accelerating rate of change require a citizenry that continuously learns, computes, thinks, creates, and innovates. That translates into a critical need to become extremely efficient in the use of the time we spend learning since we are being required to continuously learn throughout our lives” (Fadel, 2008, 7). This applies to all areas of learning and teaching. Thus, in the course of multimodal approach implementation, it should be borne in mind that the human senses (hearing, seeing, touching, smelling, and tasting) are involved in the process of linguistic and cultural knowledge and skills acquisition.

The brain activity of a human being very much depends on the algorithm one used in the course of life. At the same time, at the present moment, people are tempted by technology to do multiple things simultaneously (for example, driving and phoning, reading e-mails and attending audio conferences, and so on). Scientific research in the field reveals and describes losses in the effectiveness of such multitasking because of natural delays in thinking processes involved that cause human errors (Marois, 2005): “One might ask why, with our incredibly sophisticated brain, which uses 100 billion neurons to process information at speeds up to a thousand times per second, we are still unable to do two things at once? The answer is emerging from neuroscience laboratories around the world where scientists use fMRI and techniques rapid sampling to reveal patterns of brain activity over time as people read, listen, speak, observe, think, perform more tasks, and perform other mental tasks” (Fadel, 2008, 9). Similar problems can be discussed in relation to learning and teaching issues. Education currently faces some challenges, both in terms of new teaching methods and in terms of theoretical research in the field of linguistics and teaching methods. We assume that the issues of organizing a new learning environment are most topical within the context of multimedia learning, which is of particular interest in terms of visual, verbal, and auditory multimodal activities in complex, based on the advantages of the virtual space, organized with the help of a computer. In other words, the multimodal approach, which has been gradually used in the learning process for a relatively long time, tends to acquire new trends and abilities during the new era of large-scale online education. For example, New Web 2.0 technologies introduce important nuances into multimodal learning, that requires further research (Gligora Markovic et al., 2012). One of the aspects of multimodality can be referred to blended learning implementation (Burakova et al., 2021; Porozovs et al, 2019) as well as communicative strategies and tactics elaboration as referred to various discourses, informational and business among them (Khramchenko, 2019; Malyuga, Ponomarenko, 2016; Malyuga, Tomalin, 2017; Ryoo, Winkelmann (eds.), 2021). According to the research data, students engaged in multimodal learning patterns in some aspects superior to students who learn using traditional modes (Fadel, 2008; Minyar-Beloroucheva et al, 2019). It should be added that educational specifics of multimodal learning and certain competencies based on appropriate skills and knowledge development also depend on psychological, physiological, socio-cultural, and intercultural factors, with special consideration to interdisciplinary issues (Klapko,

2016) that can be rightfully located into the domain of multimodality due to the variety of methods and their combinations used in the teaching process, including multicultural knowledge base and perspective development based on different semiotic systems application (Goldberg, 1997,13) in the course of EIL teaching. Multimodality-based education and research attract attention thanks to multimedia works of art, films, websites, comics, computer games, presentations that include a rapidly growing percentage of inherently multimodal cultural artifacts. Another challenge is the ever-increasing semiotic complexity of these artifacts, which increasingly blur the boundaries between traditional differences and include interactive dimensions (Froschauer, 2002) in the fields of the form and material organization, semantics, and discourse, style (Siefkes, 2015). One of the basic issues within these terms is the way semiotic regimes work together in multimodal texts, including the layer description of modes, on both analytical basis (where structural, semantic, and stylistic properties are extracted and represented for each mode separately), and synthesis of layers and modes.

Thus, the role of cultural knowledge for EIL learning and teaching should be discussed within this context, especially in terms of the multimodal approach that helps to refer to various modes and semiotic systems along with natural human language in concern with the use of English in a multicultural environment.

RESULTS AND DISCUSSION

To verify the hypothesis the survey has been carried out, in which second-year students took part – 62 linguistic students (English philology) and 60 non-linguistic students (Social sciences). The students were offered 3 questionnaire types. In total 122 questionnaires were received, and the following basic conclusions have been drawn on the basis of the results of the analysis.

Table 1

The basic purposes of learning English as an International Language (EIL). Preferences of respondents in percentage terms.

№	The basic purpose of EIL learning	linguistic students –LS- (62)			non-linguistic students – NLS- (60)		
		10 %-20%	>20 %	<10 %	10 %-20 %	>20 %	<10 %
1	Cross-cultural communication at all levels	79 %	21 %	0 %	70 %	12 %	18 %
2	Becoming a highly educated person in all spheres (an intellectual)	60 %	31 %	9 %	50 %	23 %	27 %
3	Becoming a global citizen	27 %	21 %	52 %	45 %	11 %	44 %
4	Language for specific purposes knowledge and skills acquisition	23 %	13 %	64 %	82 %	17 %	1 %
5	Using the language as the Internet-user	15 %	5 %	80 %	20 %	7 %	73 %
6	Reading fiction as the subject of individual thinking and pleasure	16 %	3 %	81 %	5 %	0 %	95 %
7	Communication in the company (restricted variety of English)	3 %	3 %	94 %	56 %	37 %	7 %
8	Communication in the company based on intercultural competence and cultural sensitivity	94 %	5 %	1 %	66 %	28 %	6 %
9	Teaching EIL as a professional	68 %	32 %	0 %	3 %	0 %	97 %
10	Doing research in the field of EIL	66 %	21 %	13 %	0 %	0 %	100 %

As the students had to take all the issues included into consideration the average was based on the parameter of 100 % per all the statements, in accord with which they had to decide on their preferences and identify the percentage of each component. The task was formulated as follows:

“The basic purposes of learning English as an International Language (EIL). Choose out of 100 % and distribute the results between the statements”. Thus, the following samples can be adduced to illustrate the point.

Table 2

The basic purposes of learning English as an International Language (EIL) (samples)

Sample 1 (LS)	Sample 2 (LS)	Sample 3(NLS)
1.Cross-cultural communication at all levels – 10 %	1.Cross-cultural communication at all levels – 15 %	1.Cross-cultural communication at all levels – 14 %
2.Becoming a highly educated person in all spheres (an intellectual) – 15 %	2.Becoming a highly educated person in all spheres (an intellectual) – 10 %	2.Becoming a highly educated person in all spheres (an intellectual) – 10 %
3.Becoming a global citizen – 2%	3.Becoming a global citizen – 20 %	3.Becoming a global citizen – 15%
4. Language for specific purposes knowledge and skills acquisition- 10 %	4. Language for specific purposes knowledge and skills acquisition – 10 %	4.Language for specific purposes knowledge and skills acquisition – 17 %
5.Using the language as the Internet user- 10 %	5.Using the language as the Internet user – 8 %	5.Using the language as the Internet user – 8 %
6.Reading fiction as the subject of individual thinking and pleasure- 8 %	6.Reading fiction as the subject of individual thinking and pleasure – 5 %	6.Reading fiction as the subject of individual thinking and pleasure – 11 %
7.Communication in the company (restricted variety of English)- 10 %	7.Communication in the company (restricted variety of English) – 5 %	7.Communication in the company (restricted variety of English)– 5 %
8.Communication in company based on intercultural competence and cultural sensitivity- 12 %	8.Communication in company based on intercultural competence and cultural sensitivity – 10 %	8.Communication in company based on intercultural competence and cultural sensitivity – 7 %
9.Teaching EIL as a professional- 13%	9.Teaching EIL as a professional- 10 %	9.Teaching EIL as a professional – 10 %
10.Doing research in the field of EIL- 10%	10.Doing research in the field of EIL – 7 %	10. Doing research in the field of EIL – 3 %

Thus, the analysis has shown that most linguistic students are interested in EIL knowledge and skills acquisition at the professional level in order to work as teachers of EIL (100 % in total), or do the research in the field under analysis (100 % in total) and communicate in the company, understanding the necessity to be aware of cultural sensitivity communication skills and intercultural competence (99 % in total), in which EIL plays a particular role. Most linguistic students (and very few non-linguistic ones, due to their specialty professional affiliation) are interested in EIL knowledge and skills acquisition at the professional level in order to work as teachers of EIL, not because it is considered a highly demanded means of human communication in different areas and a highly demanded professional area with promising perspectives, but this is also the ability to become an expert in cross-cultural communication in the broader sense. The latter has become a stimulus for both linguistic and non-linguistic students, interested in acquiring new knowledge and a certain level of proficiency within the domain of intercultural communicative space. The non-linguistic students that have taken part in the survey tend to use EIL as the basis of Language for specific purposes learning (99 % in total) and using the opportunity to communicate in international companies, which preliminary shows the necessity of cultural knowledge acquisition within these terms, as has been discussed in our previous publications (Vishnyakova, 2019; Vishnyakova et al., 2019; Vishnyakova, Vishnyakova, 2020). At the same time, the statistic data above show the difference between the learners' attitudes to various aspects of EIL acquisition, which is demonstrated by the three columns of percentage (from 10 % to 20 %, more than 20 %, fewer than 10 %). Some of the original samples presented serve to be used as illustrative and supporting factual material.

The second part of our work included the questionnaire, in which three questions that required expanded and sometimes detailed answers were presented. This type of activity was offered to the group of 60 linguistic students (LS). The questions have been formulated as follows:

• *Multimodal learning is based on the use of all human senses (hearing, seeing, touching, smelling, and tasting) in complex with language. Do you think it helps with EIL learning? Which one is the most important? (Why?)*

•• *Is it important to consider cultures while teaching EIL?*

••• *Is multimodal learning important in terms of teaching cultures? (Why?)*

The samples can be adduced as part of the data obtained, for making observations concerning the correlation between traditional and multimodal learning aids.

Table 3

Correlation between traditional and multimodal learning aids (samples)

Sample 1 (LS)	Sample 2 (LS)	Sample 3(LS)
<p>• The very essence of multimodal learning is that different modes are used that affect the human senses. I believe it can really help in learning. For many, for better study, it is easier to perceive information by ear, it will be easier for another person to remember using visual memory. Since almost all organs are involved in the multimodal study, of course with this type of study, it will be much better for people to remember information.</p> <p>•• I suppose so. It seems to me that the study of language and culture, in general, are interconnected. Many in the future still plan to visit the country of the language they are learning. To feel comfortable and get into awkward situations, of course, you should also study the culture.</p> <p>In addition, often, during language learning, there are questions regarding the content of the text or task. Often, this happens if a person is not familiar with the culture and does not understand why it can be so. The study of culture will help to avoid such problems.</p> <p>••• For sure, yes. As I said earlier, people are able to perceive information in different ways. Since many different students in the school have different concepts about learning and have their own styles, the multimodal approach will help each student achieve academic success. I assume that in this way, teachers will be able to highlight key aspects, and children will be interested in the process.</p>	<p>• I think that multimodal learning helps with EIL because it plays a crucial part in the learning of new behaviors in institutionalized settings. It is suggested that people learn from each other through imitation, observation, and modeling. To create an atmosphere and an English-speaking environment with models for the participants to observe and imitate. In my opinion, hearing is the most important sense in EIL. When people hear the English language, they perceive information faster and improve their pronunciation.</p> <p>•• It is important to consider cultures while teaching EIL. culture and language are inseparable and culture learning must be an integral part of language teaching. Language expresses cultural reality (with words people express facts and ideas but also reflect their attitudes). Also, it embodies cultural reality (people give meanings to their experience through the means of communication). And language symbolizes cultural reality (people view their language as a symbol of their social identity).</p> <p>••• Multimodal education describes a mission-oriented and student-centric approach to teaching and learning that utilizes a plurality of strategies to achieve student learning outcomes. I think that the advantages of multimodal learning are: 1) Multiple ways of delivering education because of environmental and cultural factors (e.g., online, blended, residential, and even mobile learning, or m-learning. 2) Multiple ways of teaching due to multiple ways students learn (audio, visual, tactile learning, conceptual; e.g., in one course online, teachers incorporate multiple means of reaching students, their learning styles.</p>	<p>• I strongly believe that such senses, as hearing, seeing, touching, smelling, and tasting help us a lot with learning English as an international language. In fact, our brain learns foreign words more easily when they are associated with information from different sensory organs. These associations are mutually reinforcing, imprinting the source-language term and its translation more deeply in the mind. Thus, we learn with all our senses. To my mind, the most important human sense is hearing because it enables us to develop increased curiosity about other people's experiences, compassion, empathy, and connection. For example, when we're on the phone with someone we know, the areas of our brain responsible for facial recognition are active during the call. It seems that the brain simulates the information not being captured by the eyes and creates it for itself.</p> <p>•• In my opinion, it is really necessary to take cultures into consideration while teaching English as an international language, because culture and language are inextricably linked. During training, a student may come across a text or statement with incomprehensible or even unacceptable content in the context of his culture, although this will be an absolute norm for the culture of the language. Therefore, the student must understand the peculiarities of another culture and know its basic rules.</p> <p>••• I believe that multimodal learning is very important in terms of teaching cultures. Using a multimodal approach to teaching cultural competence allows a variety of methods to be used to assist in highlighting foundational principles. Moreover, it enables teachers to reach and engage many new learners.</p>

In the course of the analysis of answers to Questionnaire 2, we have come to the conclusion that all the respondents consider multimodality one of the advantages that can be applied to learning, for the whole complex of human senses may be involved. It helps to create an atmosphere of an English-speaking environment as well as a multicultural English-speaking world, where models for the participants to observe and imitate can be presented. In the questionnaires, respondents have laid special emphasis on the fact that such senses, as hearing, seeing, touching, smelling, and tasting

help us a lot with learning English as an international language as various cultural associations enable us with the suitable mode of behavior and the appropriate choice of words. The multimodal approach in its turn serves to facilitate the process of learning the language. It should be added that the use of modern technologies effectively contributes to the use of multimodal methods of learning, as more than half of the students taking part (about 60 %) singled out hearing from all human senses in terms of multimodal language learning, but not on the basis of traditional classification that includes speaking, reading, writing and listening, but due to the fact that many people use mobile phones and other auditory aids that help to possess language knowledge. The other questions concerned cultural knowledge acquisition in the course of EIL teaching and learning. The respondents paid special attention to the issue of culture as the subject of learning, on the one hand, and culture as the means of receiving information. While discussing cultures and values in terms of their similarities and differences, principles of constructing an intercultural environment are highlighted, in which multimodality plays an important role as, for example, differences of cultures find their manifestations at all levels and modes of human nature and activities, some of which can be identified entirely in cases when the multimodal approach as a total set of semiotic systems is involved.

The third part of the survey questionnaire included issues that reflected the linguistic students' specialty bias and dealt with problems of EIL acquisition, as well as linguistic models that should be followed and imitated within the domain of studies. As the respondents under consideration had attended the World Englishes and theoretical phonetics course, they were asked to discuss the corresponding areas of linguistic and didactic analyses. Thus, the following samples may be presented to exemplify the statements about the following questions:

1. *Are nativized varieties of English important as referred to EIL?*
2. *What is the correlation between Standard English and phonological variation in terms of EIL?*

Table 4

World Englishes and Phonological Variation as Referred to EIL (samples)

Sample 1 (LS)	Sample 2 (LS)	Sample 3 (LS)
<p>1. In order not to fail communication with people of another country, you should know the possible obstacles caused by nativized variations and should be ready for them. So, the learning of these varieties is not essential, but still desirable for a better intercultural dialogue.</p> <p>2. Standard English is also known as Received English Pronunciation – RP, Public School Pronunciation. RP is the form of pronunciation that is widely understood and described in textbooks on the phonetics of British English. It is traditionally used for teaching foreign learners.</p>	<p>1. I think nativized varieties are very important. Although it is worth noting that schools and universities mainly teach standard versions of the English language (American English and British English), and that is why people often have a negative attitude towards the nativized varieties. Besides, some of them are quite difficult to understand. However, within the framework of international study, it is very important to study different variants, for example, Japanese English or German English.</p> <p>2. The phonological variants of English are somehow derived from standard English. Due to cultural characteristics, as well as the peculiarities of the pronunciation of a particular nation, the standard language has undergone some changes. This is how Russian English, German English, Japanese English, etc. appeared.</p>	<p>1. Nativized varieties are important as referred to EIL because such varieties are both examples and the explanation why English has become an International Language. English at first penetrated and then assimilated in the culture and people changed the language according to their phonological background.</p> <p>2. Standard English is both the variety of English and the idealized norm of it. In that case, EIL is based on the SE, however, due to the fact, that even native speakers use SE in official situations the phonological variation occurs in the everyday speech of English speakers. This is why there is a correlation between SE and phonological variation in terms of EIL.</p>

As has already been mentioned, while discussing standards for EIL learning, the users of English should proceed from the premise that for mutual understanding such issues as intelligibility (recognizing an expression), comprehensibility (knowing the meaning of the expression), and interpretability (knowing what the expression signifies in a particular socio-cultural context) present the basics of full-fledged successful communication. As for the standard variety, it generally finds its realization in literature, in the Media, it is taught to non-native speakers when they learn it as EFL and taught at schools, as well as described in dictionaries and traditional grammars (McCay, 2002, 51-52), and, as other varieties, reflects the peculiarities of culture (in this case we focus mostly on cultural and language universals). While discussing questions presented in the survey, most of the students (98 %), (except for 1 respondent – 2 %, see Sample 1) confirmed the importance of nativized varieties, both from the descriptive and comparative points of view, and their role in reference to their use as the means of international communication for certain local communities. In the case of the second question representation, the answers demonstrated by Samples 2 and 3 seem to be more valid, as phonological variation is natural and refers to the Standard variety of English in terms of its dynamics and historical development. Sample 1 shows that its author identifies Standard English with Received Pronunciation – RP, which is considered to be the model to follow, especially when dealing with learners of English as an International Language.

CONCLUSIONS

The research has shown that the problem of learning English as an International language is characterized by its evident topicality, as well as practical and theoretical significance. The aims of the learners may be different, but at the same time, as the research has shown, the basic purpose of most of them is cross-cultural communication at all levels. To attain the goals in EIL learning one has to consider cultural issues, as cultural knowledge is indispensable in terms of understanding cultures based on cultural similarities and differences to create a multicultural environment to implement successful intercultural communication. Standard English serves as an example and model to imitate and emulate in the course of EIL learning. In the course of EIL investigation and learning one should proceed from the premise that English as an International Language exists along with other varieties and can be used as the means of cross-cultural communication in all social spheres.

Linguistic and cultural knowledge acquisition as referred to EIL concerns with a number of methods, both traditional and innovative, among which the multimodal approach to teaching languages deserves special attention, due to the fact that the use of complex methods based on the approach in question provides optimization to the teaching and learning process. The modern global society of lifetime learning requires teachers and learners to become extremely efficient in the use of effective methodologies and educational facilities. The multimodal approach helps to elaborate new methods and modes, based on the complex realization of various semiotic systems' potential to make all the human senses function with great efficiency and benefit.

Conflict of interest

The authors declare there is no conflict of interest.

REFERENCES

1. Burakova, D., Sheredekina, O., Bernavskaya, M., Timokhina, E. (2021). Video Sketches as a Means of Introducing Blended Learning Approach in Teaching Foreign Languages at Technical Universities. In V. Dislere (Ed.), *Rural Environment. Education. Personality (REEP): the International Scientific Conference, 14: proceedings* (50-58). Latvia University of Life Sciences and Technologies. doi:10.22616/REEP.2021.14.005
2. Crowther, D., & De Costa, P.I. (2017). Developing Mutual Intelligibility and Conviviality in the 21st Century Classroom: Insights from English as a Lingua Franca and Intercultural Communication. *TESOL Quarterly*, 51(2), 450 – 460.
3. Ellström, L. (2010). The modalities of media: a model for understanding intermedial relations. In L. Ellström (Ed.) *Media Borders, Multimodality and Intermediality* (pp. 11-48), Palgrave MacMillan, Basingstoke.
4. Fadel, C. (2008). Multimodal Learning Through Media: What the Research Says. Cisco systems. Retrieved from https://www.cisco.com/c/dam/en_us/solutions/industries/docs/education/Multimodal-Learning-Through-Media.pdf (accessed: 15 February, 2022)
5. Forceville, C. (2011). Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication. *Fuel and Energy Abstracts*, 43, 3624-3626. doi: 10.1016/j.pragma.2011.06.013
6. Froschauer, U. (2002). Artefaktanalyse [Artifact Analysis]. In S. Kühl & P. Strodtzholz (Eds.). *Methoden der Organisationsforschung [Methods of Organisational Research]* (pp. 361-395), Reinbek: Rowohlt (in German).
7. Gligora Markovic, M., Rauker Koch, M., & Francic, M. (2012). Use of Web 2.0 tools in teaching. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/261424763_Use_of_Web_20_tools_in_teaching (accessed: 15 February, 2022).
8. Goddard, C., & Wierzbicka, A. (2018). Minimal English and How It Can Add to Global English. In Cliff Goddard (ed.) *Minimal English for a Global World: Improved Communication Using Fewer Words* (pp. 5-27), Palgrave Macmillan, Cham.
9. Goldberg, M. (1997). Arts and Learning. An Integrated Approach to Teaching and Learning in Multicultural and Multilingual Setting. Longman.
10. Holden, N., & Kortzfleisch, H. von (2004). Why cross-cultural knowledge transfer is a form of translation in more ways than you think. *Knowledge and Process Management*, 11(2), 127-136. doi:10.1002/kpm.198
11. Khramchenko, D. S. (2019). Functional-linguistic parameters of English professional discourse. *Professional discourse & communication*, 1(1), 9-20.
12. Kirkpatrick, A. (2007). World Englishes. Implications for international communication and English language teaching. Cambridge University Press.
13. Klapko, D. (2016). Diskursivní analýza a její využití ve výzkumu edukačních jevů [Discourse analysis and its use in the research of educational phenomena]. *Pedagogická Orientace [Pedagogical Orientation]*, October 26 (3), 379-414. doi:10.5817/PedOr2016-3-379 (in Czech).
14. Kull, K. (2014). Towards a Theory of Evolution of Semiotic Systems. *Chinese Semiotic Studies*, 10(3), 485–495. doi:10.1515/css-2014-0039
15. Malyuga, E. N., & Ponomarenko, E. V. (2016). Effective ways of forming students' communicative competence in interactive independent work. In *EDULEARN15: 7th International Conference on Education and New Learning Technologies IATED: proceedings* (1397-1404). Barcelona, Spain.

16. Malyuga, E. N., & Tomalin, B. (2017). Communicative strategies and tactics of speech manipulation in intercultural business discourse. *Training, Language and Culture*, 1(1), 28-45. doi:10.29366/2017tlc.1.1.2
17. Marois, R. (2005). Capacity limits of information processing in the human brain. *Phi Kappa Phi Forum*, 85, 30.
18. McKay, S. (2002). *Teaching English as an International Language: Rethinking Goals and Approaches*. Oxford University Press.
19. Minyar-Beloroucheva, A., Vishnyakova, O., Sergienko, P., & Vishnyakova, E. (2019). Cognitive Psychology Contribution to Foreign Languages Teaching. *Arctic journal*, 72 (10), 56-70.
20. Nemejc, K., Smekalova, L., & Kriz, E. (2019). A Reflection of the Quality of Education in the Use of Teaching Aids and the Importance of Lifelong Learning. In V. Dislere (Ed.), *Rural Environment. Education, Personality (REEP): the International Scientific Conference, 12: proceedings* (94-103). Latvia University of Life Sciences and Technologies. doi:10.22616/REEP.2019.012
21. Porozovs, J., Dudkina, A., & Valdemiers, A. (2019). The Use of Information and Communication Technologies of Pedagogical Specialities Students in the Study Process. In V. Dislere (Ed.), *Rural Environment. Education, Personality (REEP): the International Scientific Conference, 12: proceedings* (104-110). Jelgava: Latvia University of Life Sciences and Technologies. doi:10.22616/REEP.2019.013
22. Ryoo, J., & Winkelmann, K. (eds.) (2021). *Innovative Learning Environments in STEM Higher Education. Opportunities, Challenges, and Looking Forward*. SpringerBriefs in Statistics, Springe. doi:10.1007/978-3-030-58948-6_1
23. Shennan, M. (1991). *Teaching about Europe*. Cassel Counsel of Europe series. London: Cassel.
24. Siefkes, M. (2015). How semiotic modes work together in multimodal texts: Defining and representing intermodal relations. *10plus1 Living Linguistics*, 1, 113-131.
25. Singh, P., & Doherty, C. (2004). Global cultural flows and pedagogic dilemmas: Teaching in the global university contact zone. *TESOL quarterly*, 38 (1), 9 – 42.
26. Vishnyakova, E., & Vishnyakova, O. (2020). Soubriquet nomination as referred to cultural awareness and intercultural competence. *Training, Language and Culture*, 4 (3), 21-30. doi:10.22363/2521-442X-2020-4-3-21-30
27. Vishnyakova, O. (2019). Discursive and Heuristic Approaches to LSP In *Language, Literature and Culture as Domains of Intercultural Communication: the Fifth and Sixth International Scientific Seminars Proceedings* (20-24). Plzeň. Západočeská univerzita v Plzni.
28. Vishnyakova, O., Dobroradnykh, T., Aleksandrova, V., Klimanova, M. (2019). Knowledge and Linguistic Creativity Interaction in the Media Discourse. *International Journal of English Linguistics*, 9 (2), 65–74. DOI:10.5539/ijel.v9n2p65

About the authors:

Olga D. Vishnyakova, Dr. Sci. (Philology) is professor in the Department of English Linguistics at Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia) and professor at Russian State University for the Humanities (Moscow, Russia). ORCID: 0000-0002-1617-051X

Elizaveta A. Vishnyakova, Cand. Sci. (Philology) is Chair of the Department of the English language at Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University (Tula, Russia). ORCID: 0000-0003-3133-9587

Received: February 3, 2022.

Accepted: March 16, 2022.