

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра теории германских и романских языков и прикладной лингвистики

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ О.В. Магировская

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

**ОБРАЗ КЭТРИН МИДДЛТОН В ЗАГОЛОВКАХ  
БРИТАНСКИХ И ИСПАНСКИХ СМИ**

Научный руководитель \_\_\_\_\_ канд. филол. наук,  
доц. Ю.И. Детинко

Выпускник \_\_\_\_\_ Е.А. Старцева

Нормоконтролер \_\_\_\_\_ М.В. Аспатурян

Красноярск 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	4
<b>ГЛАВА 1. ИЗУЧЕНИЕ ОБРАЗА ИЗВЕСТНОГО ЧЕЛОВЕКА В МАСС-МЕДИА</b> .....	8
1.1. Понятие образа в лингвистике, культуре и СМИ .....	8
1.1.1. Подходы к определению образа .....	8
1.1.2. Понятие «образ» в ряду смежных понятий .....	11
1.1.3. Особенности изучения медиаобраза .....	17
1.2. Заголовок как часть медиатекста .....	21
1.2.1. Понятие и характеристика медиатекста .....	21
1.2.2. Подходы к определению заголовка .....	26
1.2.3. Функции заголовка в медиатексте .....	30
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1</b> .....	33
<b>ГЛАВА 2. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА КЭТРИН МИДДЛТОН В ЗАГОЛОВКАХ БРИТАНСКИХ И ИСПАНСКИХ СМИ</b> .....	35
2.1. Кэтрин Миддлтон – член королевской семьи .....	35
2.2. Основные характеристики образа Кэтрин Миддлтон в заголовках британских СМИ .....	37
2.2.1. Кэтрин Миддлтон как британская икона стиля .....	38
2.2.2. Кэтрин Миддлтон как социальный деятель .....	41
2.2.3. Кэтрин Миддлтон как мать .....	44
2.2.4. Кэтрин Миддлтон как разносторонняя личность .....	46
2.2.5. Кэтрин Миддлтон как член королевской семьи, заслуживающий доверия .....	50

2.3. Основные характеристики образа Кэтрин Миддлтон в заголовках испанских СМИ.....	52
2.3.1. Кэтрин Миддлтон как стильная представительница британской монархии.....	53
2.3.2. Кэтрин Миддлтон как мать .....	56
2.3.3. Кэтрин Миддлтон как разносторонняя личность.....	59
2.3.4. Кэтрин Миддлтон как любимый член британской королевской семьи .....	61
2.3.5. Кэтрин Миддлтон как участница семейного конфликта.....	64
2.4. Сравнительный анализ репрезентации образа Кэтрин Миддлтон в британских и испанских СМИ.....	66
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2 .....</b>	<b>68</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>73</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....</b>	<b>76</b>
<b>СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА .....</b>	<b>84</b>

## ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день средства массовой информации являются важнейшим социальным институтом, который отражает культуру, политику и общественную жизнь. Медиа вносят значительный вклад в формирование образа мышления и картины мира людей. Современные СМИ конструируют в массовом сознании образы различных государств, политических лидеров, отдельных социальных групп, а также известных личностей, которые интересны широкой общественности. Впоследствии, посредством образов, созданных СМИ, в сознании читателей возникает определенное отношение к этим личностям.

**Актуальность** выбранной темы исследования обусловлена тем, что принцесса Уэльская Кэтрин Миддлтон является одной из важнейших представительниц культуры Великобритании. Изучение лексических средств репрезентации образа принцессы в заголовках британской прессы способствует выявлению отношения британского народа к члену королевской семьи, будущей королеве и матери будущего наследника британского престола. Кроме того, в данной работе образ Кэтрин Миддлтон представлен как с точки зрения британской, т.е. «своей» культуры, так и с точки зрения испанской, т.е. «чужой» для неё культуры.

**Объектом** исследования является образ известного человека в масс-медиа. **Предметом** исследования в данной работе являются лексические средства репрезентации образа Кэтрин Миддлтон в заголовках британских и испанских СМИ.

**Целью исследования** выступает выявление и описание лексических средств репрезентации образа Кэтрин Миддлтон в заголовках британских и испанских СМИ.

Реализация поставленной цели требует решения ряда конкретных **задач**:

- 1) рассмотреть понятие образа и медиаобраза в лингвистических исследованиях;
- 2) проанализировать понятие образа в ряду смежных понятий;
- 3) изучить понятие медиатекста и проанализировать подходы к определению заголовка;
- 4) представить характеристику Кэтрин Миддлтон;
- 5) выявить и описать лексические средства, характеризующие Кэтрин Миддлтон в британской и испанской прессе.

Для достижения поставленной цели в ходе исследования были применены следующие **методы**: анализ научной литературы, метод сплошной выборки для сбора эмпирического материала, метод классификации для составления перечня характеристик, формирующих образ Кэтрин Миддлтон, а также лексико-семантический анализ и контекстуальный анализ для описания лексических средств репрезентации образа Кэтрин Миддлтон в заголовках британских и испанских СМИ.

**Теоретическую базу** исследования составили труды в области изучения образа и смежных с ним понятий, а также медиаобраза [Азнаурова, 1973; Арнольд, 1973; Арутюнова, 1988; Богданов, Зазыкин, 2004; Карасик, 2002; Крысько, 2002; Маслова, 2001; Панасюк, 2003; Панкрухин, 2006; Рожков, Кисмерешкин, 2006; Тер-Минасова, 2007; Черевко, 2011], труды в области изучения медиатекста [Варзапова, 2020; Добросклонская, 2005; Засурский, 2005; Казак, 2012; Кузьмина, 2014; Лисицкая, 2009; Лукина, 2009; Махова, 2015; Сметанина, 2002; Солганик, 2005; Федоров, 2014; Bell, 1996; Fairclough, 2003; Matheson, 2005] и заголовка [Вомперский, 1966; Гальперин, 1977; Качаев, 2007; Кожина, 1986; Кубанова, 2007; Лазарева, 1989; Лукин, 1999; Подчасов, 2001; Попов, 1966; Сыров, 2002; Хазагеров, 1984; Bell, 1991; Dijk, 1988; Kress & van Leeuwen 2001; Mardh, 1980].

В качестве **материала исследования** были взяты заголовки из электронных версий британских газет *Daily Mail*, *The Guardian*, *The Independent* и *The Sun*, а также же испанских газет *El Mundo*, *La Vanguardia*, *El*

*Pais*, *¡Hola!* и *Pronto*, в которых упоминается Кэтрин Миддлтон, в период с апреля 2013 года по май 2023 года. Объём проанализированного материала составил 191 британский заголовок и 180 испанских заголовков.

**Практическая значимость** работы заключается в возможности использования полученных результатов исследования на занятиях по страноведению Великобритании.

Данная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и списка источников иллюстративного материала.

Во **Введении** приводится обоснование актуальности выбранной темы, обозначаются объект и предмет исследования, ставится цель и прописываются задачи, необходимые для выполнения поставленной цели; конкретизируются методы и материал исследования, обозначается практическая значимость, а также приводятся данные о структуре исследовательской работы.

В **Главе 1 «Изучение образа известного человека в масс-медиа»** рассматривается понятие образа и медиаобраза, анализируется понятие образа в ряду смежных с ним понятий «имидж», «типаж» и «стереотип», рассматривается понятие и характеристика медиатекста, а также подходы к определению заголовка и его функции.

В **Главе 2 «Репрезентация образа Кэтрин Миддлтон в заголовках британских и испанских СМИ»** представлен анализ лексических средств репрезентации образа Кэтрин Миддлтон в заголовках СМИ двух культур, выделены основные характеристики образа Кэтрин Миддлтон, наиболее часто встречающиеся в заголовках британских и испанских СМИ, представлена сравнительная характеристика образа Кэтрин Миддлтон в британской и испанской культурах.

В **Заключении** систематизируются практические наблюдения и выводы, намечаются перспективы исследования в данной области.

**Список использованной литературы** состоит из 75 источников, 9 из которых на английском языке. **Список источников иллюстративного материала** представлен 62 источниками из британских и испанских СМИ.

**Апробация работы:** результаты исследования были представлены на Международной научно-практической конференции молодых исследователей «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» в 2022 и 2023 годах, а также на научном семинаре в рамках проекта *Science Talk* в 2022 году. Основные положения отражены в публикации в электронном научном журнале Института филологии и языковой коммуникации Сибирского федерального университета *Siberia Lingua* (2022).

# ГЛАВА 1. ИЗУЧЕНИЕ ОБРАЗА ИЗВЕСТНОГО ЧЕЛОВЕКА В МАСС-МЕДИА

## 1.1. Понятие образа в лингвистике, культуре и СМИ

### 1.1.1. Подходы к определению образа

В последнее время появляется всё больше исследований, посвящённых изучению понятия «образ». Авторы таких исследований изучают термин в контексте различных областей человеческого познания: филологии, литературоведения, философии, культурологии и психологии. В каждой из этих сфер понятие приобретает совершенно новые смыслы ввиду многогранности этого феномена. Следовательно, можно говорить о том, что определение данного термина может меняться в соответствии с областью его употребления, а также направленностью научно-исследовательских работ. В рамках данного исследования особый интерес представляет изучение образа известного человека, который транслируется в современных средствах массовой информации.

На начальном этапе исследования представляется необходимым разобраться в ключевой терминологии, а именно поставить вопрос о значении понятия «образ». Обратимся к определению, которое даёт толковый словарь русского языка под редакцией Д.Н. Ушакова:

- 1) образ – облик, вид, подобие;
- 2) живое, наглядное представление о чём-либо или о ком-либо;
- 3) художественное отражение идей и чувств в звуке, слове, красках и т.п.;
- 4) созданный художником или актером характер, тип [Ушаков, 2007].

Значительный вклад в изучение понятия «образ», был сделан исследователями Р.Ю. Рахматуллиным, Э.Р. Семеновым и Д.З. Хамзиной, которые предлагают следующие определения:

- 1) образ – это феномен, который обладает субъективным и объективным существованием, и может находиться вне человеческой психики;
- 2) образ – это любой репрезентант, представляющий какой-либо объект;
- 3) образ – это чувственный аналог, который возникает в результате его отражения психикой [Рахматуллин, Семёнова, Хамзина, 2012].

На наш взгляд, наиболее подходящим в рамках нашего исследования является последнее определение образа, предложенное авторами, так как оно раскрывает образ с позиции восприятия нашим сознанием. Данной точки зрения придерживается и И.В. Арнольд, в широком смысле понимая под образом «отражение внешнего мира в сознании» [Арнольд, 1973: 139]. Более подробно рассматривая образ, Э.С. Азнаурова определяет его как «наглядное представление о каком-либо факте действительности, такое неадекватное отражение явлений и предметов, в которых сознательно отобраны те их признаки, через которые возможно передать данное понятие в конкретно-образительной форме» [Азнаурова, 1973: 123].

Схожую мысль выражает Н.А. Илюхина, которая заявляет, что в основе образа лежит чувственно-наглядное представление. Автор добавляет, что образ аккумулирует разнообразные признаки реалии, что в итоге выражается «специализированными лексико-фразеологическими средствами, образующими ассоциативно-семантическое поле» [Илюхина, 1998: 6].

Подтверждая идею о том, что образ является отражением действительности психикой человека, И.В. Сидорская отмечает, что образ – это «продукт стихийно сложившегося восприятия, к которому не применялись целенаправленные усилия того или иного объекта» [Сидорская, 2015: 66].

Проводя разграничение между образом и реальностью, исследователь Н.Д. Арутюнова определяет образ как категорию сознания, которая не является действительностью. По мнению автора, «образы погружаются в

сознании в принципиально иную сеть отношений, сравнительно с той, которая определяет место их оригиналов (прообразов) в реальном мире. Сознание развёртывает для них новый контекст, в котором особую роль приобретают реорганизующие картину мира ассоциативные отношения» [Арутюнова, 1988: 75–76].

Продолжая идею о дифференциации образа и реальности, Д.Н. Замятин заявляет, что образ является максимально отстранённым и опосредованным представлением реальности. По мнению автора, образ – это не сама реальность, а её представление. Так как вся информация в СМИ – это субъективное отражение действительности, то в медиадискурсе широко представлены именно образы [Замятин, 2002].

Важно отметить, что образ имеет субъективный характер [Гринберг, 2008]. Согласно позиции исследователя Т.С. Черевко образ схож с тем, что он отражает, но с добавлением некоторого субъективного оттенка. Автор также делает замечание о том, что образ, будучи целостным явлением, всё же не может содержать в себе весь спектр описываемых свойств, которые содержит оригинал [Черевко, 2011].

О.В. Куприянова, определяя образ как «мысленное отражение действительности человеком», также подчёркивает его субъективный характер. Автор говорит о том, что образ – это «особая субъективная картина реальности» [Куприянова, 2009: 3].

Раскрывая субъективный характер образа, Е.С. Пронина заявляет, что он передаёт определённое отношение к отражаемому и наделяется оценочными характеристиками. По мнению автора, образ сочетает в себе данные, которые поступают в сознание человека по разным каналам связи с миром. Исследователь говорит о том, что образ в сознании человека формируется в процессе синтеза впечатлений и наблюдений, которые преломляются под действием опыта, личных особенностей, воспитания и взглядов личности. [Пронина, 2015].

Таким образом, прослеживается ряд особенностей, характерных образу. Прежде всего образ является отражением объекта, который воспринимается психикой человека. Исходя из этого положения, образ в сознании человека складывается стихийно, а не формируется целенаправленно. Немаловажной деталью является и то, что образ по сравнению с тем, что он отражает, имеет субъективный оттенок. Ряд исследователей сходятся во мнении, что образ воспринимается сознанием как единое целое. Данные составляющие образа являются ключевыми для понимания термина в рамках нашей работы.

### 1.1.2. Понятие «образ» в ряду смежных понятий

Нередко в исследовательских работах понятие «образ» коррелирует с понятиями «имидж», «типаж» и «стереотип». В таком случае, логично дать определения для каждого из них и провести сравнительный анализ для того, чтобы избежать смыслового смешения или взаимного замещения.

В научном сообществе наблюдается неоднозначность в трактовке понятий «образ» и «имидж». Исследователь Т.С. Черевко отмечает, что в случаях, когда «образ» включает в себя «образ мышления», «образ действия», он по смыслу приближается к определению «имидж», что вызывает смешение понятий. Автор считает, что на сегодняшний день в науке не до конца решён вопрос о соотношении этих терминов [Черевко, 2011].

Одна из проблем трактовки терминов «образ» и «имидж» заключается в том, что английское слово *image* переводится на русский язык как «образ». Но часть исследователей заявляют, что это разные понятия. Согласно Д.И. Тер-Минасовой между образом и имиджем существуют различия. Автор говорит о том, что «важной особенностью понятия имидж, безусловно, отличающей его от русского эквивалента «образ», является тот факт, что имидж возникает и начинает представлять интерес только в тех случаях,

когда объект (носитель имиджа) становится публичным» [Тер-Минасова, 2007: 67].

Обращаясь к большому толковому словарю русского языка, можно обнаружить следующее определение понятия «имидж»: «Образ, мнение, представление, сложившиеся в обществе (или целенаправленно созданные) о каком-л. человеке, организации, товаре и т. д» [Грамота, 2014].

А.Ю. Панасюк в своей работе «Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники» определяет, что имидж – это искусственно созданный образ, формирующийся в сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия для того, чтобы создать необходимое отношение к объекту. Автор отмечает то, что имидж может сочетать в себе реальные свойства объекта и несуществующие, то есть приписываемые [Панасюк, 2003].

А.П. Панкрухин рассматривает имидж как образ объекта, который сформировался в психике, но к которому возникает оценочное отношение, выражаемое в форме мнения [Панкрухин, 2006].

Аналогичным образом рассматривают имидж Е.Н. Богданов и В.Г. Зазыкин, но выделяют, что он легко трактуется и воздействует на эмоции человека, а через них на поведение и выбор [Богданов, Зазыкин, 2004].

Проводя сравнительный анализ понятий «образ» и «имидж», А.Ю. Панасюк предлагает следующие положения:

- слово «образ» нельзя заменить на слово «имидж» при интерпретации «образа» в следующих случаях: способ, средство; характер, склад, направление; представление, возникшее в воображении человека; художественный;
- слово «имидж» может употребляться как синоним слова «образ» только в значении «внешний вид»;

- слово «образ» можно заменить словом «имидж», если «образ» используется при интерпретации каких-либо качеств человека или другого объекта, явления в человеческой психике [Панасюк, 2003].

На основании вышеперечисленных положений, мы можем говорить, что понятия «образ» и «имидж» не следует соотносить в рамках данного исследования, так как «образ» рассматривается нами как представление, возникающее в сознании человека, что соответствует первому положению.

Сравнение понятий проводит исследователь Т.С. Черевко, отмечая, что имидж кардинально отличается от образа и стереотипа тем, что он носит искусственный оттенок. Автор подчеркивает, что в отличие от образа, который возникает произвольно, имидж «выступает как целенаправленно и программно-конструируемая категория» [Черевко, 2011: 11].

И.В. Сидорская приходит к аналогичным выводам и обращает наше внимание на то, что эти два понятия следует различать. По мнению автора, основное отличие этих понятий заключается в том, что если образ складывается стихийно, то имидж целенаправленно конструируется [Сидорская, 2015].

К.Р. Каримова отмечает следующие специфические особенности, которые могут говорить о различиях между понятиями:

Образ:

- интуитивно сформированное представление;
- впечатление;
- субъективное восприятие сознанием аудитории;
- непостоянен, подвержен хаотичным изменениям.

Имидж:

- целенаправленно сформированное представление;
- набор конкретных внешних характеристик;
- объективно существующие (часто внешние) качества;

- постоянно действующий, стабильный набор качеств [Каримова, 2019].

Итак, можно заключить, что образ и имидж необходимо разграничивать, так как они являются самостоятельными понятиями и отличаются главным образом тем, что образ в сознании человека складывается стихийно, а имидж формируется искусственно с целью каким-либо образом воздействовать на психику.

Большое количество вопросов в научных работах вызывает и соотношение «образа» и близкого ему по значению понятия «типаж», которые зачастую ошибочно смешиваются.

В.И. Карасик и Е.А. Ярмахова отмечают, что типаж «представляет собой более или менее объективное образование, будучи обобщением характеристик, реально существующих либо созданных творческим воображением людей» [Карасик, Ярмахова, 2006: 59].

Отметим, что в большинстве исследований, касающихся изучения отдельных личностей или литературных персонажей с позиции их лингвокультурной принадлежности, используется термин «лингвокультурный типаж», который впервые вводит В.И. Карасик, определивший его как «обобщенный образ представителя определенной социальной группы в рамках конкретной культуры, узнаваемый по специфическим характеристикам вербального и невербального поведения и выводимой ценностной ориентации» [Карасик, 2002: 227].

Е.И. Боровицкая схожим образом определяет лингвокультурный типаж и отмечает, что он является обобщенным представлением о личности с учётом данных различных концептуальных исследований, а также комплексного изучения стереотипов. Исследователь также подчёркивает, что этот концепт неразрывно связан с культурой [Боровицкая, 2017].

О.А. Дмитриева в работе «Лингвокультурные типажи России и Франции XIX века» полагает, что лингвокультурный типаж «является

особым типом лингвокультурных концептов, важнейшие характеристики которого состоят в типизируемости определенной личности, значимости этой личности для лингвокультуры, возможности ее как фактического (реального), так и фикционального (вымышленного) существования, ее упрощенной и карикатурной репрезентации» [Дмитриева, 2007: 55].

А.В. Гвоздева в своей работе «Ценностные характеристики лингвокультурного типажа “детектив” на примере образов Шерлока Холмса и Эркюля Пуаро» подчёркивает, что описание лингвокультурного типажа нуждается в установлении понятийных, образных и ценностных характеристик [Гвоздева, 2009].

Подводя итог, можно заключить, что в отличие от понятия «образ», которое является отражением какого-либо объекта в сознании человека, типаж – это обобщение образа личности на основе значимых специфических характеристик. Таким образом, мы можем говорить о том, что типаж является более комплексным понятием, включающим в себя наиболее характерные и типичные черты личности.

Не менее важным также является разграничение понятий «образ» и «стереотип». Исследователь В.Г. Крысько определяет стереотипы как «стандартизованные, устойчивые, ценностно окрашенные и эмоционально заряженные представления об окружающей действительности и других людях» [Крысько, 2002: 133]. На основании этого определения мы можем говорить о том, что как объект познания стереотип устойчив, имеет стандартизированный характер и определённый эмоциональный окрас.

В.А. Маслова, рассматривая связь стереотипа и национальности, определяет стереотип как «некоторый фрагмент концептуальной картины мира, ментальная “картинка”, устойчивое культурно-национальное представление о предмете или ситуации». Автор отмечает, что «в стереотипах отражается и национальный характер, и особенности культуры <...>, и оценка тех или иных качеств объекта, принятая в обществе, т.е. стереотипы всегда национальны» [Маслова, 2001: 85]. Исследователь

аналогичным образом считает, что стереотип является устойчивым представлением и отмечает, что стереотипы соответствуют общепринятым взглядам. Данной точки зрения придерживается А.В. Чепкасов, который определяет процесс стереотипизации, как «сопоставление нескольких явлений и последующее встраивание ещё неизвестного явления под устойчивую общую формулу» [Чепкасов, 2016: 89].

И.Я. Рожков и В.Г. Кисмерешкин считают, что стереотип является обобщенным представлением, которое возникает в массовом сознании спонтанно [Рожков, Кисмерешкин, 2006]. Определение интересно тем, что исследователи указывают на внезапный характер возникновения стереотипа в массовом сознании, чего не отмечают другие авторы.

Переходя к сравнению понятий «стереотип» и «образ», мы можем обратиться к работе О.С. Поршневой и А.В. Голубева «Образ союзника в сознании российского общества в контексте мировых войн». В работе исследователи отмечают, что образы отличаются от стереотипов несколькими факторами, среди которых полнота, большая гибкость, меньшая эмоциональная составляющая. Авторы подчеркивают, что образы включают в себя личный опыт и возникают в индивидуальном порядке, а не передаются готовыми, в отличие от стереотипов [Голубев, Поршнева, 2011].

Продолжая сравнение понятий, Т.С. Черевко приводит суждение о том, что стереотип является обобщенной выжимкой из схожих образов, которая из-за упрощённости становится общепринятой. Таким образом, внутриличностный «образ» трансформируется в массовый «стереотип». Автор полагает, что образ является базой, на основании которой формируются стереотип и имидж [Черевко, 2011].

Итак, образ формируется в нашем сознании самостоятельно на чувственном уровне, стереотип же появляется в качестве выжимки различных характеристик образа, которые с течением времени становятся общепринятыми в массовом сознании.

Таким образом можно заключить, что термины «образ», «имидж», «типаж» и «стереотип», которые коррелируют между собой во многих научных работах, отличаются друг от друга по значению и представляют собой отдельные понятия. Зачастую их смысловое смешение объясняется зависимостью данных терминов друг от друга. Так, имидж имеет важную отличительную черту, которая выражается в искусственном характере формирования с целью вызвать у человека определённое представление об объекте. Типаж и стереотип, в свою очередь, являются комплексными, массовыми явлениями, которые образуются на основе тех или иных образов и включают их характеристики в свою структуру. Образ же является стихийно сложившимся отражением объекта в сознании человека, имеет субъективный характер и представляет собой единое целое. В нашей работе мы будем руководствоваться термином «образ», так как при интерпретации человеком информации из СМИ в его разуме непроизвольно складывается определённое представление об объекте. Другими словами, в сознании человека рождается *образ*.

### 1.1.3. Особенности изучения медиаобраза

В эпоху стремительного развития информационных технологий важную роль в жизни общества играют средства массовой информации. Посредством современных СМИ транслируются образы различных известных личностей: знаменитостей, политиков, членов королевских семей. Возможность использовать различные потоки информации и вести дискуссии в режиме реального времени предоставляет читателям так называемое медиапространство, которое также оказывает влияние на их восприятие окружающего мира, формирование ценностей и поведения [Белоусова, 2012]. Благодаря этому, медиапространство становится местом открытого диалога, дискуссии и высказывания мнения о разных личностях, событиях в обществе

и политике [Галинская, 2013]. Таким образом, в медиапространстве происходит формирование различных медиаобразов в сознании читателей.

Медиаобраз на сегодняшний день исследуется различными гуманитарными науками, среди которых можно отметить лингвистику и медиалингвистику, журналистику, философию, психологию, а также имиджологию. Большая часть подобных исследований в отечественной практике касается медиаобраза России в зарубежных СМИ. Важно отметить, что на данный момент само понятие не имеет чёткого определения, так как его содержание и методология исследования находятся на стадии формирования.

Об отсутствии закреплённого определения медиаобраза заявляет исследователь Т.А. Чернышева. Автор указывает, что в большинстве научных работ термин «медиаобраз» рассматривается исследователями в качестве составляющей понятий «имидж» и «образ» [Чернышева, 2010]. В связи с этим исследователи из разных областей научного знания предлагают собственные определения.

По мнению исследователя Т.Н. Галинской, большинство исследователей руководствуются определением А.В. Марущак, которая понимает медиаобраз как «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, основанных на информации, получаемой из СМИ» [Марущак, 2012: 95].

Д.Э. Горбаль считает, что необходимость употребления понятия «медиаобраз» обусловлена определением нового феномена – «совокупности представлений об объекте реальной действительности, которые появляются на основе анализа не реальности, а медийной среды» [Горбаль, 2020]. Обобщая различные дефиниции, автор предлагает своё определение и заключает, что медиаобраз – это «виртуальный образ реальности, обособленной совокупностью своих отличительных черт и условий, который возникает в общественном сознании благодаря материалам СМИ и других объективных и субъективных источников информации». Автор отмечает, что

медиаобраз формируется спонтанно и является особым образом реальности, так как одной из его особенностей является ситуативный характер [Там же].

Схожую дефиницию даёт исследователь Е.Н. Богдан, определяя медиаобраз как особый образ реальности, сформированный медиаиндустрией для восприятия его аудиторией [Богдан, 2007]. Можно сказать, что автор отождествляет медиаобраз с образом, но отмечает, что их отличие заключается лишь в том, что медиаобраз создаётся в рамках медиапространства.

Продолжая идею представлений о реальном объекте в нереальной среде, Л.В. Хочунская определяет медиаобраз как представление о каком-либо объекте внутри медиасреды. Исследователь также отмечает и то, что медиаобраз имеет полилогический характер и вызывает у читателя ценностную реакцию [Хочунская, 2013]. Последний аспект, касающийся ценностной реакции, упоминает и Ю.В. Белоусова, которая заявляет, что медиаобраз выстраивает собственную систему ценностей и оценок. Исследователь отмечает и то, что в данном случае медиаобраз коррелирует с понятиями «художественный образ» и «сакральный образ». Помимо этого, автор выделяет и другие характеристики понятия, которое, по её мнению, представляет собой некий социальный конструкт, формирующийся внутри медиапространства [Белоусова, 2012].

Исследователь Т.Н. Галинская, упомянутая ранее, предлагает собственное определение понятия в узком и широком смысле. В узком смысле медиаобраз представляет собой некие фрагменты реальности, описанные материалах средств массовой информации. В широком же смысле медиаобраз является проявлением массового сознания в медиакommunikации [Галинская, 2013].

Медиаобраз как форму существования массового сознания рассматривает и А.Н. Всеволодова, заключая, что медиаобраз – это «образ, создаваемый в сознании реципиентов информации при участии СМИ и других информационных институтов, который впоследствии отражает

комплекс представлений участников информационного сообщества по конкретному вопросу» [Всеволодова, 2013: 153].

Схожую мысль выдвигает и О.В. Морозова, отмечая, что медиаобраз «является выражением общественного сознания в медиaprостранстве». Автор отмечает и то, что такой образ создаётся СМИ в сотрудничестве с различными сферами духовного творчества [Морозова, 2017: 18].

Медиаобраз как сложное полисистемное психологическое образование рассматривает Д.О. Смирнов. Исследователь отмечает, что явление представляет собой результат взаимодействия мира автора и мира реципиента посредством медиаобъекта [Смирнов, 2010].

М.Н. Черкасова рассматривает медиаобраз как продукт медиаиндустрии. Автор говорит о том, что в этой индустрии используются «политические, финансово-экономические, социокультурные, психолингвистические средства и способы создания того или иного медийного явления» [Черкасова, 2010: 256].

Обобщая ряд дефиниций медиаобраза на основе работ отечественных исследователей, Е.Г. Малышева и Н.А. Гриднев заключают, что медиаобраз – это «репрезентированный в медиатекстах фрагмент информационной (медийной) картины мира; относительно устойчивая, непрерывно развивающаяся виртуальная модель того или иного объекта/явления действительности, конструируемая СМИ, которая как отражает, так и рефреймирует и/или формирует знания и представления адресата» [Малышева, Гриднев, 2017: 136].

Касаясь исследований зарубежных авторов, стоит отметить, что чаще всего в англоязычных научных трудах термин *media image* имеет рассеянный характер, так как лексема “image” сама по себе имеет широкое значение и чаще всего употребляется в свободном сочетании, например, как образ определённого типа или же медиаобраз чего-либо. Так, в одной из работ значение *media image* уточняется лексемой *sentiment* (представление, мнение) [Драчева, 2019]. Таким образом, англоязычный термин *media image* чаще

всего уточняется внутри научного текста, согласуясь с его темой и направлением, а также имеет диффузный характер.

В рамках исследования видится необходимым выделить и то, что медиаобраз обладает характерными признаками, среди которых можно выделить: стереотипность, утрированность, кратковременность, двойственность, эмоциональность. По мнению исследователей, эти характеристики способны формировать у читателей взгляд на мир, при котором в сознании медиаобразы заменяют объективную реальность [Сезонов, Барабаш, 2015]. Исследователь Ю.С. Сабаева также дополняет их ориентированностью на массовое сознание аудитории, зависимостью от времени и эмоциональностью [Сабаева, 2019].

Обобщая вышесказанное, мы можем заключить, что медиаобраз – это совокупность представлений о различных объектах реального мира, сформированных медиапространством. Медиаобраз является выражением общественного сознания в медиапространстве и обладает такими признаками, как стереотипность, утрированность, кратковременность, двойственность, эмоциональность, ориентированность на массовое сознание аудитории и зависимость от времени.

## 1.2. Заголовок как часть медиатекста

### 1.2.1. Понятие и характеристика медиатекста

В условиях становления и развития информационного общества изучение различных единиц медиапотока становится особенно актуальным. Важнейшую роль среди таких единиц занимает медиатекст, который может сочетать в себе газетную статью, аудиовизуальные сообщения и прочие продукты современных средств массовой информации.

Понятие «медиатекст», появившееся относительно недавно, быстро вошло и прочно закрепилось в научной практике. В первую очередь это

связано с возрастающим интересом исследователей к особенностям функционирования языка в медиапространстве [Добросклонская, 2005].

Среди отечественных авторов, рассматривающих данное понятие, можно выделить работы В.Ю. Варзаповой, Т.Г. Добросклонской, Я.Н. Засурского, Н.А. Кузьминой, Л.Г. Лисицкой, М.М. Лукиной, А.А. Маховой, С.И. Сметаниной, Г.Я. Солганика, А.В. Федорова и др.

Прежде всего следует отметить, что понятие «медiateкст» представляет собой совокупность всех текстов, существующих на сегодняшний день в массовой коммуникации. Среди таких текстов можно выделить:

- массмедиа текст;
- журналистский текст;
- публицистический текст;
- газетный текст;
- телетекст;
- радиотекст;
- интернет-текст и др. [Варзапова, 2020].

Остановимся подробнее на общих определениях медiateкста, которые предлагают исследователи данного понятия.

Основу медiateкста составляет комплекс медийных единиц, о чем заявляет А.В. Федоров. Исследователь пишет о том, что медiateкст представляет собой «сообщение, изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, фильм и пр.)» [Федоров, 2014: 29].

Аналогичный вывод делает Я.Н. Засурский, который утверждает, что медiateкст – это коммуникационное единство, которое включается в вербальные и экстралингвистические медиаструктуры, а также в визуальный, звучащий, мультимедийный контент, в различные медийные обстоятельства, представляющие из себя средства передачи информации (газеты, журналы,

радиостанции, телевизионные каналы, мобильная связь и электронные СМИ) [Засурский, 2005].

Следовательно, мы можем говорить о многогранности медиатекста как явления, так как его наполняют знаки различных семиотических систем, в том числе графические, звуковые и визуальные [Добросклонская, 2008].

М.Ю. Казак рассматривает медиатекст в качестве сложного знакового образования и полагает, что медиатекст – это «интегративный многоуровневый знак, объединяющий в единое коммуникативное целое разные семиотические коды (вербальные, невербальные) и демонстрирующий принципиальную открытость текста на содержательно-смысловом, композиционно-структурном и знаковом уровнях» [Казак, 2012: 72]. Данное определение аналогичным образом выделяет многогранность явления и подтверждает наличие в его структуре различных семиотических систем.

Необходимо отметить и то, что медиатекст выступает в роли средства общения в массовой коммуникации. Такое суждение даёт Н.А. Кузьмина, определяя медиатекст как «динамическую сложную единицу высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций» [Кузьмина, 2014: 34].

Стоит отметить, что данное понятие исследовалось также и зарубежными исследователями.

А. Белл говорит о том, что медиатекст является широким понятием, которое выходит за рамки традиционного взгляда как на последовательность слов, напечатанных на бумаге. По мнению исследователя, медиатекст включает в себя голосовые качества, музыку, звуковые эффекты, визуальные образы. Автор отмечает, что медиатексты отражают технологии, которые используются для их производства и распространения [Bell, 1996] (Здесь и далее перевод наш – С.Е.А.).

Подобного мнения придерживается и Н. Фэрклаф, который также рассматривает медиатекст в широком смысле. По мнению исследователя,

медиа́текстом могут являться статьи в печатной прессе, стенограммы устных разговоров и интервью, а также телевизионные программы и веб-страницы. При этом медиа́тексты не обязательно должны состоять только лишь из языка, они могут содержать визуальные изображения и звуковые эффекты [Fairclough, 2003].

В широком смысле медиа́текст рассматривает и Д. Маттисон. Согласно позиции исследователя, медиа́текст варьируется от новостных заметок до изображений и звуков. Автор также говорит о том, что медиа́текстом является любой объект, который несёт в себе смысл и, следовательно, может быть проанализирован с помощью семиотических или дискурсивно-аналитических методов [Matheson, 2005].

Подводя итог вышесказанному, мы можем говорить о том, что медиа́текст – это многогранное и комплексное понятие, которое является современным средством общения в сфере массовой коммуникации.

Приведя общие определения «медиа́текста», следует отметить и дефиниции, которые выделяют более специфические черты этого явления.

Г.Я. Солганик рассматривает «медиа́текст» с точки зрения категории автора текста и модальности. Автор полагает, что медиа́текст – это «разновидность текста, принадлежащая массовой информации, характеризующаяся особым типом автора (принципиальное совпадение производителя речи и ее субъекта), специфической текстовой модальностью (открытая речь, многообразное проявление авторского я), рассчитанная на массовую аудиторию» [Солганик, 2005: 15]. Согласно этому определению, автором текста становится подлинная личность, благодаря чему медиа́текст носит искренний и эмоциональный характер. Модальность медиа́текста же заключается в том, что текст приобретает «субъективно-объективное отношение к действительности» [Там же: 14]. Таким образом, мы можем говорить о том, что медиа́текст может обладать как субъективным, так и объективным характером, ведь в качестве его автора выступает конкретная личность.

С.И. Сметанина рассматривает медиатекст с точки зрения его места в системе культуры. Исследователь определяет, что медиатекст выступает «в качестве источника получения информации о духовных импульсах и материальной сфере человеческой деятельности, о принципах развития общества» [Сметанина, 2002: 78]. На основании этого можно сделать вывод о том, что медиатекст отражает в себе различного рода информацию о событиях, происходящих в жизни общества.

А.А. Махова выделяет сразу несколько специфических признаков медиатекста, среди которых: объективность, достоверность, верифицируемость, релевантность, но при этом оценочность; вторичность текста; производство на «поток»; коллективное производство медиапродукта; массовость аудитории; массмедиальность или опосредованность текста каналом распространения; особый характер обратной связи [Махова, 2015: 18–20]. Таким образом, часть приведённых признаков совпадает с теми положениями, которые были упомянуты выше, а именно: объективно-субъективный характер медиатекста и положения, касающиеся категории автора. Но при этом исследователь упоминает положения, которые ранее не были отмечены другими авторами. Например, вторичность медиатекстов, которая объясняется переработкой первичных текстов, и опосредованный характер распространения текста.

В качестве отдельного признака медиатекста можно выделить его непостоянность. Л.Г. Лисицкая отмечает, что в медиатекстах можно наблюдать чередование экспрессии и стандарта, информации и комментария, факта и оценки. Стоит подчеркнуть, что автор считает главным качеством всех массмедийных текстов взаимодействие новостей и мнений [Лисицкая, 2009].

В.Ю. Варзапова, рассматривая зависимость медиатекста от технических средств каналов распространения, выделяет несколько свойств, присущих компьютерно-опосредованной коммуникации через медиатексты:

- 1) гипертекстуальность;

- 2) мультимедийность;
- 3) интерактивность [Варзапова, 2020].

М.М. Лукина в работе «Трансформации журналистского текста в условиях Интернет-среды» подробно рассматривает каждое из вышеупомянутых свойств медиатекста. Автор выдвигает следующие положения о гипертекстуальности медиатекста: «Связь между отдельными текстами (или частями текста) осуществляется в единой информационной среде, что позволяет его читать не только горизонтально, как на бумаге, но благодаря внутренним и внешним ссылкам просматривать его нелинейно, вглубь. Это, бесспорно, расширяет информационные возможности не только производителей, но и потребителей медиапродукта» [Лукина, 2009: 64].

Мультимедийность медиатекста рассматривается автором как «конвергенция разных каналов и технологий для передачи информации». Исследователь считает, что в этом случае текст как цельное произведение может быть представлен в разных знаковых форматах. Автор приводит следующий пример: «сообщение о случившемся – вербально, репортаж с места события – видеоподкаст, цитата эксперта – аудиоподкаст, реконструкция события – инфографика» [Там же: 69].

Рассматривая интерактивность медиатекста, автор в первую очередь выделяет взаимодействие аудитории СМИ с медиатекстом, которое выражается в возможности «реагировать на происходящее, комментировать и оценивать текущие события». Автор также отмечает, что «интерактивность пользователей предполагает не только их реакцию на уже существующие материалы (оценить материал, добавить комментарий), но и публикацию собственных» [Там же: 72].

Таким образом, медиатекст является комплексом, который содержит в себе различные единицы семиотических систем, представляющих собой медиаконтент различного рода. Относительно свойств медиатекста, исследователи отмечают, что он может быть изменчивым, выступает в роли средства общения, отражает в себе информацию о процессах общественной

жизни, носит объективно-субъективный характер в силу авторского влияния, обладает гипертекстуальностью, мультимедийностью и интерактивностью.

### 1.2.2. Подходы к определению заголовка

Прежде чем перейти непосредственно к заголовку медиатекста, необходимо определить структуру газетной статьи, являющейся основным материалом в практической части нашей работы.

Газетная статья, по мнению Т. ван Дейка, включает в себя следующие структурные элементы:

- 1) краткое содержание, которое представлено в виде заголовка и лида (*lead*) статьи;
- 2) основное событие, описываемое в статье;
- 3) предыстория события, в рамках которого даётся основной исторический контекст;
- 4) комментарий, в котором могут выражаться ожидания или оценки события [Dijk, 1988].

Одним из ключевых элементов газетной статьи является заголовок, который не только обобщает содержание статьи, но и формирует интерес читателей. Заголовок как объект научного познания рассматривается отечественными и зарубежными авторами в области лингвистики, журналистики, литературоведения, социологии и культурологии.

Среди отечественных авторов, исследовавших данное понятие, можно выделить работы В.Ю. Варзаповой, В.П. Вомперского, И.Р. Гальперина, Д.А. Качаева, Н.А. Кожинной, А.З. Кубановой, Э.А. Лазаревой, В.А. Лукиной, Ю.Н. Науменко, А.С. Подчасова, А.С. Попова, А.О. Стеблецовой, И.А. Сырова, Г.Г. Хазагерова и др.

Толковые словари русского языка предлагают несколько определений заголовка:

- 1) название какого-либо произведения (литературного, научного, музыкального и т.п.); то же, что: заглавие [Ефремова, 2000];
- 2) название книги, сочинения или части их; заглавие [Ушаков, 2007];
- 3) название небольшого произведения, статьи [Ожегов, 1999].

Мы можем руководствоваться определением С.И. Ожегова, которое рассматривает заголовок как название статьи или другого небольшого произведения, так как в рамках исследования мы изучаем именно заголовки медиатекстов, которые представлены в том числе в виде статей.

Н.А. Кожина считает, что заголовок представляет из себя «языковую единицу, соотносимую с текстом как целым». Автор указывает на то, что «заглавие стоит на границе текста и не текста, что приводит к тому, что в нем одинаково сильны и внешние и внутренние начала. Внешней стороной заглавие представляет текст в культурно-историческом мире, внутренней – обращено к тексту» [Кожина, 1986: 58] Таким образом, можно выделить, что заголовок позволяет обозначить текст как целое.

Рассматривая заголовок в качестве кода, А.З. Кубанова полагает, что он обозначает содержание всего текста. Исследователь считает, что заголовок одновременно может вбирать в себя содержание текста и позволяет дешифровать текст [Кубанова, 2007].

И.А. Сыров пишет о том, что «заголовок – это коммуникативная единица в позиции перед текстом, являющаяся его названием, имеющая синтаксическое оформление, прямо или косвенно указывающая на содержание текста и отграничивающая одно речевое высказывание от другого» [Сыров, 2002: 59]. Итак, исследователь также указывает на то, что заголовок описывает содержание текста, но при этом говорит о том, что заголовок выступает своего рода разграничительной чертой между различными произведениями.

А.О. Стеблецова и Ю.Н. Науменко дают следующее определение заголовка в своей работе «Заголовки английских и русских научных статей:

дискурсивно-когнитивные особенности»: «Заголовок – это коммуникативно значимый элемент в структурной организации текста. Именно заголовок прогнозирует содержание и определяет последующее восприятие содержания текста» [Стеблецова, Науменко, 2019: 163]. Важным положением в данном определении является утверждение, что благодаря заголовку мы можем прогнозировать содержание всего текста.

Рассматривая газетный заголовок, Д.А. Качаев определяет его как «выделенный графически потенциально свернутый знак текста, выраженный вербальными и невербальными средствами языка, обладающий относительной автосемантической, являющийся абсолютно начальным, единым для всего текста элементом, который именуется и/или характеризует текст, прогнозирует содержание, интерпретирует текст, сообщая ему дополнительные смыслы» [Качаев, 2007: 4].

Ряд зарубежных исследователей, изучающих проблематику заголовков, ограничиваются определением заголовка как «визуальных знаков на странице» [Kress & van Leeuwen, 2001: 186]. Подобного подхода придерживается И. Мард, которая определяет заголовок как элемент, отличающийся по размеру и стилю от основного текста статьи [Mardh, 1980: 14].

Более развёрнутое определение заголовка даёт Т. ван Дейк. Исследуя новостную схему, автор говорит о том, что заголовки и аннотации выступают как категории, формирующие резюме новостных сообщений. Они представляют собой краткое выражение основной темы или содержания статьи [Dijk, 1988]. Аналогичным образом термин определяет и А. Белл, который говорит о том, что заголовок является выдержкой краткого изложения статьи [Bell, 1991].

Проведя сопоставление вышеупомянутых определений, можно с уверенностью выделить определение Д.А. Качаева, которое достаточно подробно раскрывает суть такого явления как заголовок, описывает его

основные свойства и объединяет вышеупомянутые определения заголовка, которые дают другие исследователи.

Отдельным вопросом, заслуживающим внимания, выступает содержательная связь заголовка с озаглавливаемым текстом. Так, Э.А. Лазарева считает, что содержательные связи проявляются в том, что заголовок может выражать не только основные, но и второстепенные элементы общего содержания текста [Лазарева, 1989].

Эту мысль развивает А.С. Подчасов, соотнося заголовки с элементами смысловой структуры текста. Однонаправленные заголовки, связанные с одним из элементов текста, могут выражать:

- тему публикации;
- вывод автора;
- один из тезисов, развивающих тему текста;
- второстепенные элементы – иллюстрации к тезисам и общий фон

к цели сообщения.

Комплексные же заголовки, связанные с несколькими элементами текста, выражают несколько смысловых элементов текста [Подчасов, 2001].

На основании вышеизложенного можно заключить, что заголовок является единым для всего текста элементом, позволяющим обозначить текст, дать ему характеристику, выразить основную тему или спрогнозировать содержание, интерпретировать текст, согласно заложенным в нём смыслам.

### 1.2.3. Функции заголовка в медиатексте

Важно подчеркнуть, что заголовок в СМИ выступает в качестве «проявителя целенаправленного речевого действия», которое в него закладывают. Следовательно, заголовок выполняет определённые функции в интересах источника коммуникации [Варзапова, 2020: 61–62].

Чаще всего в качестве функций заголовка исследователи выделяют номинативную, информативную и рекламную функции [Там же].

Согласно А.С. Попову, номинативная функция заголовка помогает «обозначить статью, назвать её, выделить среди других статей» [Попов, 1966: 96].

В.Ю. Варзапова заключает, что «информативная функция направлена на обеспечение относительно полного представления об основной идее текста, то есть заголовок не только называет, но и передает информацию, сообщает какие-то сведения о событии, изложенном в статье и т.д.» [Варзапова, 2020: 62]. Иными словами, заголовок в краткой форме излагает содержание основного текста статьи.

Автор также отмечает, что «под рекламной функцией обычно понимают способность заголовка привлекать внимание читателя к своей статье, заинтриговать его эмоциональностью, недосказанностью, особой субъективной оценкой. Оригинальность структур заголовков, неоднозначность содержания, как правило, объясняется тем, что заголовок выполняет рекламную функцию» [Там же: 62]. Таким образом, наряду с описанием содержания статьи заголовок помогает привлечь к себе внимание читателя.

Ряд авторов в своих работах дополняют вышеупомянутые функции. Например, В.П. Вомперский предлагает следующие функции заголовка:

- коммуникативная, в случае, когда заголовок выражает сообщение о предмете речи;
- апеллятивная, когда заголовок информирует о содержании предмета речи и вырабатывает отношение к содержанию;
- экспрессивная, когда заголовок характеризует личность говорящего;
- графически выделительная, когда заголовок материалы друг от друга [Вомперский, 1966].

Касаясь функций газетного заголовка, можно привести положения Г.Г. Хазагерова, который выделяет:

- автономные функции, которые позволяют заголовку выступать в качестве самостоятельного сообщения;
- обусловленные функции, позволяющие заголовку выступать в качестве компонента текста [Хазагеров, 1984].

О.Ю. Богданова продолжает мысль Г.Г. Хазагерова и подчёркивает, что «автономные функции подразумевают информирование о действительности, изображение авторского отношения к предмету речи, изображение авторского отношения к условиям коммуникации и выразительность заголовка. Функции заголовка как обусловленного средства включают в себя информирование о содержании заметки, изображение авторского отношения к заметке, изображение» [Хазагеров; цит. по: Богданова, 2012: 141]. Таким образом, мы можем говорить о том, что заголовки могут не только описывать содержание текста, но и выступать в качестве самостоятельного сообщения, которое выражает авторскую позицию.

В.А. Лукин же выделяет внутритекстовую функцию, которая подчёркивает значимость содержания озаглавливаемого текста, и интертекстуальную функцию, которая позволяет ориентироваться во множестве текстов, используя заголовок [Лукин, 1999].

И.Р. Гальперин также заявляет о том, что основной функцией заголовка является информирование читателя о содержании текста, но при этом отмечает, что заголовок также позволяет привлекать внимание читателей к материалу, что позволяет газете нормально функционировать [Гальперин, 1977].

Таким образом, будучи важной частью современных медиатекстов, заголовки выполняют ряд основных функций: номинативную, информативную, рекламную. Номинативная функция заголовка позволяет обозначить конкретный текст и отделить его от других. Информативная

функция в свою очередь предоставляет возможность описать в заголовке содержание текста. Наконец, рекламная функция позволяет привлекать внимание читателей непосредственно к тексту.

При этом важно отметить, что заголовок играет огромную роль в формировании образа известного человека в масс-медиа. Содержа в себе ключевую информацию новостной статьи и привлекая внимание массовой аудитории, заголовок позволяет сформировать концентрированное представление об объекте, опуская необходимость прочитать полноценную статью, впоследствии чего в сознании читателей непроизвольно складывается образ.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Понятие «образ» в современной лингвистике имеет множество трактовок в зависимости от конкретной сферы его употребления, при этом каждая из трактовок имеет ряд особенностей. Прежде всего, образ является отражением объекта, воспринимаемого человеческой психикой как единое целое. Исходя из этого, в сознании человека образ складывается стихийно, а не формируется целенаправленно. Немаловажной деталью является и то, что образ по сравнению с тем, что он отражает, носит субъективный характер.

Необходимо отметить, что во многих научных трудах термины «образ», «имидж», «типаж» и «стереотип» коррелируют между собой, в связи с чем представилось необходимым разграничить данные понятия. Имидж, как и образ, является отражением объекта в сознании человека, но отличается искусственным, целенаправленным характером формирования. Типаж и стереотип, основываясь на тех или иных образах, являются комплексными, массовыми явлениями. Образ, в свою очередь, отличается от вышеперечисленных терминов упрощённым, непреднамеренным, субъективным отражением объекта в сознании человека. В работе мы руководствовались именно этим понятием, так как при потреблении контента из средств массовой информации в человеческом разуме бессознательно складывается субъективное восприятие объекта.

В эпоху развития информационных технологий важную роль в жизни общества играют средства массовой информации, в рамках которых формируются и транслируются медиаобразы. Необходимо подчеркнуть, что зачастую в научных работах термин «медиаобраз» рассматривается исследователями в качестве составляющей понятий «имидж» и «образ». Многие авторы сходятся во мнении, что медиаобраз представляет собой совокупность представлений о различных объектах реального мира, сформированных медиапространством. Вместе с тем, медиаобраз выражает общественное сознание в медиапространстве и обладает такими признаками,

как стереотипность, утрированность, кратковременность, двойственность, эмоциональность, ориентированность на массовое сознание аудитории и зависимость от времени.

Медиатекст является одной из важнейших единиц медиапотока и представляет собой комплекс, содержащий различные единицы семиотических систем, выступающих в качестве медиаконтента различного рода. Медиатекст обладает рядом свойств: он может быть изменчивым, является средством общения, отражает информацию о процессах, происходящих в обществе, в силу авторского влияния носит объективно-субъективный характер, обладает гипертекстуальностью, мультимедийностью и интерактивностью.

Важной частью медиатекста выступает заголовок. Заголовок является единым для всего текста элементом, позволяющим обозначить текст, а также дать ему характеристику, спрогнозировать содержание или интерпретировать согласно заложенным в нём смыслам. Вместе с тем, заголовок выполняет ряд основных функций, среди которых можно выделить: номинативную функцию, позволяющую обозначить конкретный текст и отделить его от других; информативную функцию, позволяющую описать в заголовке содержание текста; рекламную функцию, позволяющую привлечь внимание читателей к основному тексту. Благодаря тому, что заголовок способствует формированию концентрированного представления об объекте, он играет немаловажную роль в формировании образа известного человека в масс-медиа.

## ГЛАВА 2. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА КЭТРИН МИДДЛТОН В ЗАГОЛОВКАХ БРИТАНСКИХ И ИСПАНСКИХ СМИ

### 2.1. Кэтрин Миддлтон – член королевской семьи

Одной из ведущих фигур Соединённого королевства является принцесса Уэльская Кэтрин Миддлтон, супруга принца Уильяма, первого в очереди на наследование британского престола.

Кэтрин Элизабет Миддлтон родилась 9 января 1982 года в семье Майкла и Кэрол Миддлтон в городе Рединг графства Беркшир. В семье Миддлтон трое детей, среди которых Кейт является старшей: у принцессы также есть сестра Филиппа Шарлотта и брат Джеймс Уильям.

В мае 1984 года в связи с работой отца семья Миддлтон вынуждена была переехать в столицу Иордании Амман, где они прожили два с половиной года. Там юная Кэтрин в возрасте трёх лет стала посещать английский детский сад. После возвращения в Беркшир в 1986 году Кэтрин поступила в школу Сент-Эндрюс, где проучилась до 1995 года. Принцесса продолжила обучение в колледже Мальборо, частном учебном заведении в графстве Уилтшир, где от имени учебного заведения играла в теннис, хоккей и нетбол, а также занималась лёгкой атлетикой. По окончании обучения, принцесса с отличием сдала экзамены по химии, биологии и искусству и решила взять перерыв в один год, во время которого обучалась во Флорентийском Британском институте и участвовала в благотворительной программе в Чили [The Royal Family].

В 2001 году Кэтрин Миддлтон поступила в Сент-Эндрюсский университет в Шотландии, где впоследствии познакомилась с принцем Уильямом, который учился с ней на одном курсе. Пара начала романтические отношения, однако скрывала их до тех пор, пока Кэтрин и Уильям не были замечены на совместном отдыхе в Швейцарии в 2004 году. Несмотря на

постоянные нападки со стороны журналистов, принцесса изо всех сил старалась держать подробности личной жизни в тайне [Britannica].

Закончив университет в 2005 году, принцесса получила диплом бакалавра с отличием второй степени по специальности «история искусств», после чего начала работать в компании родителей *Party Pieces*, занимающейся доставкой товаров для праздника. Наряду с этим, принцесса также работала в отделе закупок магазина одежды *Jigsaw* и занималась благотворительностью [Там же].

16 ноября 2010 года было объявлено о помолвке принца Уильяма с Кэтрин Миддлтон. Королевская свадьба состоялась 29 апреля 2011 года в Вестминстерском аббатстве в Лондоне. Кэтрин Миддлтон был присвоен титул герцогини Кембриджской. После смерти королевы Елизаветы II 9 сентября 2022 года получила титул принцессы Уэльской [Там же].

Первый сын пары, принц Джордж Александр Луи, родился 22 июля 2013 года, а их дочь, принцесса Шарлотта Элизабет Диана, родилась 2 мая 2015 года. 23 апреля 2018 года Кэтрин родила второго сына, принца Луи Артура Чарльза [Там же].

Помимо выполнения королевских обязанностей, Кэтрин Миддлтон посвящает свое время поддержке ряда благотворительных организаций. Так, в течение уже нескольких лет принцесса работает с организациями, привлекающими внимание общественности к обеспечению надёжной психологической помощи детям в ранние годы их жизни, чтобы заложить основы здоровой и полноценной взрослой жизни и светлого будущего. Кроме того, в 2017 году принцесса вместе со своим супругом принцем Уэльским и герцогом Сассекским выступила в поддержку кампании по охране психического здоровья *Heads Together*. Кампания направлена на повышение осведомленности и оказание жизненно важной помощи людям с проблемами психического здоровья [The Royal Family].

Кэтрин совместно со своим мужем также руководит собственной благотворительной деятельностью посредством Королевского фонда принца

и принцессы Уэльских. Королевский фонд разрабатывает благотворительные программы и фонды, а также предоставляет наставничество, поддержку и инвестиции другим благотворительным организациям, доказавшим свою эффективность в соответствующих областях [Там же].

Кэтрин Миддлтон также является королевским покровителем Музея Виктории и Альберта в Лондоне и Национальной портретной галереи, что отражает её любовь к изобразительному искусству, фотографии и дизайну. Кэтрин Миддлтон – увлеченный фотограф и почетный член Королевского фотографического общества [Там же].

В повседневной жизни Кэтрин Миддлтон является большой фанаткой спорта и здорового образа жизни и верит в то, что занятия спортом способны обучать, вдохновлять и менять жизнь к лучшему. Сама принцесса с юных лет играет в теннис и хоккей и занимается парусным спортом и старается привить любовь к природе и физической активности своим детям [Там же].

## 2.2. Основные характеристики образа Кэтрин Миддлтон в заголовках британских СМИ

Для многих жителей Соединённого королевства Кэтрин Миддлтон представляется не только женой наследника престола принца Уильяма и членом королевской семьи, но и своего рода иконой стиля, человеком, активно занимающимся социальными проблемами, образцовой матерью, разносторонней личностью и представительницей британской монархии, заслуживающей доверие.

Анализ лексических средств, представленных в заголовках таких британских СМИ, как *The Guardian*, *Daily Mail*, *The Independent* и *The Sun*, позволил выделить следующие характеристики образа Кэтрин Миддлтон: Кэтрин Миддлтон как британская икона стиля, социальный деятель, мать, разносторонняя личность и член королевской семьи, заслуживающий

доверия народа. Заголовки были разделены в соответствии с реализуемой характеристикой образа (рис. 1).

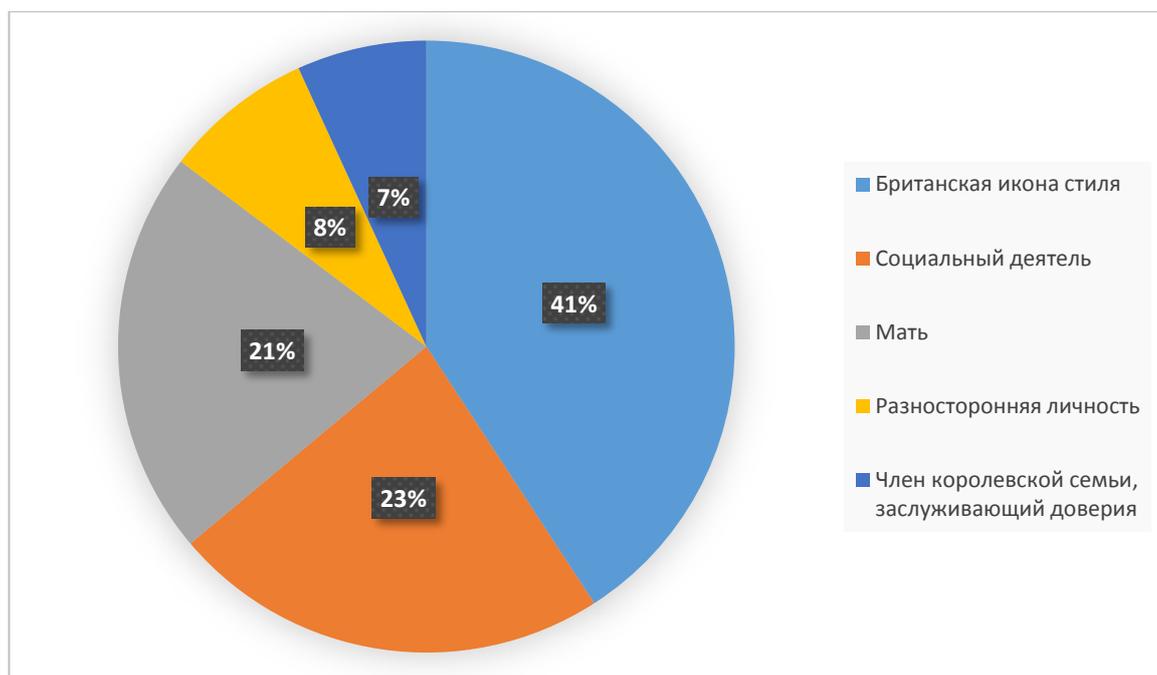


Рисунок 1. Характеристики образа Кэтрин Миддлтон в британских СМИ

Для репрезентации данных характеристик образа представительницы британской монархии в прессе активно используются различные лексические средства.

### 2.2.1. Кэтрин Миддлтон как британская икона стиля

Характеристика образа, которая встречается в газетных публикациях чаще всего, – это Кэтрин Миддлтон как британская икона стиля (41%). Данная характеристика формируется за счёт ряда синонимичных глаголов (*dazzles, glows, beams, glitters, shines*) а также прилагательных (*radiant* и *emerald*), со значением «сиять», «излучать свет», неоднократно мелькающих в заголовках британской прессы. Кроме того, в контексте с именем принцессы используются словосочетания *ambassador of British style, queen of style, fashion triumph, red carpet* и *Vogue cover star*, и прилагательные с положительной оценочной коннотацией *picture perfect* и *glamorous* и *elegant*,

что помогает выстроить для читателей образ стильной, привлекающей внимание публики личности. В заголовках также подчёркивается внимание принцессы к дресс-коду, что реализуется с помощью соответствующих словосочетаний (*embodies appropriateness, follows royal code*). Рассмотрим репрезентацию данной характеристики на примерах:

*Tinseltown Kate: How the elegant Duchess of Cambridge dazzled on the red carpet* (Daily Mail. 11.07.2011).

В данном заголовке речь идёт о выходе Кэтрин Миддлтон на красную дорожку (*red carpet – a long, red floor covering that is put down for an important or famous person when they go on an official visit or attend a special event*). Наряд Кэтрин отличается элегантностью, что подчёркивается в заголовке с помощью прилагательного с оценочной коннотацией *elegant (graceful and attractive in appearance or behaviour)*. Глагол *dazzled* (ослеплять, поражать) в заголовке акцентирует внимание читателей на том, что, появляясь на публике, представительница британской монархии словно светится, выделяясь на фоне других своими нарядами и привлекая внимание окружающих. Более того, нарицательное существительное *Tinsletown*, что в английском сленге означает «мир звёзд Голливуда», и словосочетание *the red carpet* (красная дорожка) даёт читателям понять, что Кэтрин посетила светское мероприятие, куда приглашаются исключительно знаменитые люди для того, чтобы продемонстрировать свой образ.

В ряде заголовков британские СМИ отмечают успех принцессы в подборе модного образа. Например:

*Purple princess: Kate pulls off another fashion triumph as half a million turn out in Canada (but she only has eyes for her prince)* (Daily Mail. 02.07.2011).

В данном заголовке речь идёт о том, что своими нарядами Кэтрин Миддлтон производит фурор в мире моды, что выражается существительным с семантикой успеха *triumph* в словосочетании *fashion triumph*. Прилагательное *another* (ещё один) передает регулярность и подчёркивает, что это не первый выход Кэтрин, во время которого она поразила публику

выбором своего наряда. Кроме того, фразовый глагол *pull off (to succeed in doing something difficult or unexpected)* передает успешность Кэтрин в подборе модного образа.

Несмотря на яркие, притягивающие взгляд образы, британские СМИ подчёркивают, что наряды представительницы королевской семьи не противоречат дресс-коду, о чем свидетельствует следующий заголовок:

*Duchess of Cambridge embodies appropriateness with lower hemlines* (The Guardian. 18.04.2014).

В заголовке существительное *appropriateness (the quality of being suitable or right for a particular situation or occasion)* в словосочетании *embodies appropriateness* (воплощать уместность) позволяют читателям сделать вывод, что длина юбки или платья (*lower hemlines*) Кэтрин Миддлтон при подборе наряда полностью соответствует стилю официальных мероприятий.

Характеризуя Кэтрин Миддлтон как икону стиля, британские СМИ отмечают, что принцесса нередко появляется на обложках известных журналов:

*Kate Middleton: Duchess of Cambridge is Vogue cover star for magazine's 100th anniversary edition* (The Independent. 01.05.2016).

Речь идёт о появлении Кэтрин Миддлтон на обложке всемирно известного журнала о моде *Vogue* в честь такого знаменательного события, как столетнее юбилейное издание. В данном заголовке Кэтрин Миддлтон характеризуется как звезда обложки – *cover star (a person whose photograph is on the front of a magazine)*, что подчёркивает, что благодаря общепризнанному стилю и статусу Кэтрин удостоена чести появиться на первой странице популярного модного журнала.

Продолжая идею общепризнанности достижений Кэтрин Миддлтон в мире моды, рассмотрим заголовок авторитетной британской газеты *The Guardian*:

*The Duchess of Cambridge: ambassador of British style, post-Brexit* (The Guardian. 30.09.2016).

В данном заголовке в отношении Кэтрин Миддлтон используется существительное *ambassador* (*an official who represents his or her own country in a foreign country*) в словосочетании *ambassador of British style*. Обычно используемая в политическом контексте, данная лексическая единица акцентирует внимание читателя на том, что стиль Кэтрин Миддлтон воплощает собой стиль целого британского королевства, а сама Кэтрин является его лицом.

Таким образом, характеризуя Кэтрин Миддлтон как британскую икону стиля, британская пресса отмечает яркое появление принцессы на красной ковровой дорожке, успех Кэтрин в подборе стильных современных образов, а также появление на обложке всемирно известного модного журнала.

### 2.2.2. Кэтрин Миддлтон как социальный деятель

Кэтрин Миддлтон как британская икона стиля – не единственный образ, представленный в британских СМИ. В заголовках британских газет Кэтрин также фигурирует как социальный деятель (23%). Кэтрин часто посещает различные мероприятия и организации, совместно с супругом принцем Уильямом приезжает с визитом в другие страны и занимается благотворительностью. Данный образ реализуется в СМИ с помощью синонимичных словосочетаний со значением «выразить признательность, благодарность» (*lead tributes, pay (emotional) tribute*), словосочетаний, передающих значение просьбы (*in plea over, call for 'taboo' to be broken*), а также глаголов (*launch, donate, thank, support*), и существительных (*patron, foundation, charity event* и *charity work*), связанных с благотворительной деятельностью. Рассмотрим ряд примеров:

*Kate becomes patron of organisation working to support mental health of mothers* (The Independent. 06.05.2022).

Так, будучи покровительницей организации, занимающейся поддержкой матерей с психическими заболеваниями, большое внимание Кэтрин Миддлтон уделяет проблемам психического здоровья. В данном примере существительное *patron (a person or group that supports an activity or organization, especially by giving money)* в словосочетании *patron of organisation*, глагол *to support (to help someone emotionally or in a practical way)* и словосочетание *mental health (of mothers)* (ментальное здоровье) способствуют формированию у читателей образа Кэтрин Миддлтон как человека, заботящегося о проблемах общественной значимости.

Продолжая идею социальной деятельности Кэтрин Миддлтон, приведем следующий пример:

*Duchess of Cambridge calls for 'taboo' of mental health to be broken as she guest edits Huffington Post* (The Independent. 17.02.2016).

Словосочетание *calls for 'taboo' (of mental health) to be broken* (призывает нарушить табу) в заголовке также подтверждает вышеупомянутую идею. Так, принцесса не только сама посещает различные организации, чтобы поддержать людей, страдающих ментальными расстройствами, но и привлекает внимание журналистов и общественности к данной проблеме.

Во время пандемии коронавируса Кэтрин Миддлтон также не остаётся равнодушной и совместно с супругом принцем Уильямом наносит визиты в больницы и родильные дома, чтобы поблагодарить докторов и медсестёр за их работу в такое тяжёлое для всех время. Рассмотрим следующие примеры:

*'Thanks for keeping us all safe': Kate and William pay emotional tribute to the world's doctors and nurses as they visit Jamaican hospital and maternity ward on their Jubilee Tour of the Caribbean* (Daily Mail. 24.03.2022).

*Duke and Duchess of Cambridge to take royal train tour to thank key workers for help during pandemic* (The Independent. 05.12.2020).

В данных заголовках выражение *pay (emotional) tribute (something that you say, write, or give that shows your respect and admiration for someone,*

*especially on a formal occasion*), глагол *to thank* (поблагодарить) и существительное *pandemic* (пандемия) позволяют читателям прийти к выводу, что Кэтрин Миддлтон не безразличен труд и усилия медицинского персонала в борьбе с таким тяжелым заболеванием как коронавирус. Совместно со своим супругом, Кэтрин лично наносит визит докторам и медсёстрам в разных частях света, чтобы от лица королевской семьи выразить свою признательность за обеспечение безопасности населения.

В рамках социальной деятельности Кэтрин Миддлтон занимается благотворительностью, подтверждение чему мы также можем найти в заголовках британской прессы. Рассмотрим следующий пример:

*DUCHESS OF CAMBRIDGE DONATES SEVEN INCHES OF HER OWN HAIR HELP MAKE WIGS FOR CHILDREN WITH CANCER* (The Independent. 29.01.2018).

Данный пример иллюстрирует желание Кэтрин всеми возможными средствами помочь людям. В данном заголовке глагол *donates* (*donate – to give money or goods to help a person or organization*) указывает читателям на то, что принцесса не остается в стороне и также помогает детям, страдающим таким страшным заболеванием как рак, жертвуя частью своих волос на создание париков.

Приведём ещё один пример:

*Duchess of Cambridge Kate talks tackling addiction at charity event* (Daily Mail. 19.10.2021).

В рамках благотворительности Кэтрин Миддлтон нередко посещает различные благотворительные мероприятия и организации. Так, на одном из мероприятий Кэтрин в очередной раз привлекла внимание общественности к ещё одной социальной проблеме – зависимости, беседуя на тему того, как с ней можно бороться. Данную идею подтверждают приведённые в заголовке лексические средства, а именно глагол *tackling* (*tackle – to try to deal with something*) и существительные *addiction* (зависимость, привыкание) и *charity event* (благотворительная акция, мероприятие).

Таким образом, характеризуя Кэтрин Миддлтон как социального деятеля, британские СМИ отмечают вовлеченность принцессы в решение проблем психического здоровья людей, поддержку медицинского персонала во время пандемии и участие представительницы британской монархии в благотворительной деятельности.

### 2.2.3. Кэтрин Миддлтон как мать

Не менее важной характеристикой образа, представленной в заголовках британской прессы, является характеристика Кэтрин Миддлтон как матери троих детей (21%) – старшего сына принца Джорджа, дочери принцессы Шарлотты и младшего наследника королевского престола принца Луи. В заголовках прессы данная характеристика реализуется с помощью неоднократно употребляющегося наречия *broody*, словосочетаний *gives birth, in labour, expecting first baby, maternity leave*, сообщающих о беременности и рождении детей Кэтрин, а также ряда словосочетаний, демонстрирующих Кэтрин Миддлтон в процессе материнства (*proudly shows off her baby bump, a very modern royal mother, gazes lovingly (at sleeping Prince Louis), tenderly cradles her baby bump, mum fail, secret to successful motherhood*). Рассмотрим репрезентацию данной характеристики образа на примерах:

*Not long to go! Pregnant Kate tenderly cradles her baby bump while wrapping up her royal duties ahead of maternity leave - and William confirms she's due 'any minute now'* (Daily Mail. 21.03.2018).

В данном заголовке речь идет о беременности Кэтрин Миддлтон третьим ребенком. Так, Кэтрин проявляет свой материнский инстинкт и с заботой придерживает уже округлившийся живот (*baby bump*), на что указывают наречие *tenderly (in a gentle, loving, or kind way)* и глагол *cradles (to hold someone or something gently)*. Кроме того, пресса подчеркивает, что осталось не так много времени до рождения ребёнка, и Кэтрин завершает все

свои дела по королевским обязательствам, чтобы уйти в декретный отпуск (*maternity leave*) и посвятить своё время заботе о новорожденном.

Рассмотрим ещё один пример:

*Kate's queen of the pack: The Duchess of Cambridge proudly shows off her baby bump at Windsor Castle Scouts ceremony* (Daily Mail. 22.04.2013).

Используемый в заголовке фразовый глагол *shows off* (*to show something or someone you are proud of to other people, so that they will admire it, him, or her*) в сочетании с наречием *proudly* (*with a feeling of pleasure or satisfaction over something regarded as highly honorable or creditable to oneself; with pride*) указывает на то, что Кэтрин с гордостью и не стесняясь демонстрирует свой округлившийся живот (*baby bump*) на публике.

Любовь Кэтрин Миддлтон к детям не ускользает от внимания СМИ, о чем свидетельствует следующий заголовок:

*Beaming Kate gazes lovingly at sleeping Prince Louis as she and William attend his christening in their first appearance as a family of five* (but the Queen misses big day) (Daily Mail. 09.07.2018).

Во время крещения своего сына Луи представительница королевской семьи словно светится от счастья (*beaming – radiant; bright*) и с любовью смотрит на своего спящего сына, что подчеркивается в заголовке с помощью глагола *gazes* (*to look at something or someone for a long time, especially in surprise or admiration, or because you are thinking about something else*) в сочетании с наречием *lovingly* (*with love or great care*). Кроме того, СМИ делают акцент на том, что Кэтрин Миддлтон стала многодетной матерью, и в семье Кэтрин и Уильяма уже пять человек, о чем свидетельствует числительное *five* в словосочетании *a family of five*.

Подчёркивая материнский инстинкт Кэтрин Миддлтон, СМИ отмечают, что представительница британской монархии не оставляет без внимание юных жителей Соединённого Королевства даже во время такого

важного для британской культуры мероприятия как Церемония выноса знамени, в котором также принимает участие её супруг принц Уильям:

*Looks like someone's feeling broody, Kate! Duchess of Cambridge more interested in youngsters as Prince William takes part in his first Trooping the Colour (Daily Mail. 12.06.2011).*

В данном заголовке наречие *broody* (*If someone, especially a woman, is broody, she feels as if she would like to have a baby*), а также существительное *youngsters* (*a young person, usually an older child*) и прилагательное *interested* (заинтересованный, увлеченный) в заголовке газеты *Daily Mail* указывают на то, что Кэтрин наслаждается компанией юных жителей Соединенного Королевства и готова к появлению детей.

Характеризуя Кэтрин Миддлтон как мать, британские СМИ отмечают, что несмотря на королевский статус, принцесса остается такой же матерью, как и все, периодически сталкиваясь с непредвиденными ситуациями, которыми она, не стесняясь, делится:

*HEIR THIS Kate Middleton shares VERY relatable mum fail after her sweet gesture for Prince George ended in disaster (The Sun. 19.02.2022).*

В данном заголовке существительное *fail* с семантикой ошибки в словосочетании *mum fail* сообщает, что, будучи матерью, Кэтрин сталкивается с трудностями. Прилагательное *relatable* (*that someone can understand or feel sympathy for*) и наречие *very* позволяют приблизить Кэтрин к народу, подчёркивая, что, когда дело доходит до детей, как и у всех матерей у принцессы бывают промахи.

Таким образом, британская пресса характеризует Кэтрин Миддлтон как мать и отмечает любовь и интерес Кэтрин по отношению к детям, проявление представительницей британской монархии материнского инстинкта, а также трудности, с которыми Кэтрин сталкивается в процессе материнства.

#### 2.2.4. Кэтрин Миддлтон как разносторонняя личность

Характеристика образа Кэтрин Миддлтон как разносторонней личности также активно транслируется в заголовках британской прессы (8%). Для репрезентации данной характеристики представительницы британской монархии в медиа активно используются различные лексические средства, среди которых существительные и словосочетания, связанные с тематикой спорта и здорового образа жизни (*cricket, hockey, wellness, sport, pilates, planks, up for every sports throne, the sportiest royal*), а также словосочетания, отмечающие интерес Кэтрин Миддлтон к фотографии (*exposed as photographer, royal enthusiasm for photography, rightly honored for her photographs*) и музыке (*'touching' piano performance*).

Британские СМИ неоднократно отмечают любовь Кэтрин Миддлтон к спорту. Уже в юности Кэтрин играла в теннис, хоккей и нетбол, а также занималась лёгкой атлетикой. Интерес принцессы к физическим упражнениям не угасает и по сей день, что подмечает британская пресса в многочисленных заголовках. Например:

*Kate Middleton is the sportiest royal - 17 photos to prove it* (Hello. 26.07.2022).

В заголовке Кэтрин Миддлтон характеризуется как «самый спортивный член королевской семьи» – *the sportiest royal*. Используемое британскими СМИ прилагательное *sporty* (*A sporty person enjoys sport and is good at it*) в превосходной степени сравнения подчеркивает заинтересованность принцессы в спорте.

Кроме того, Кэтрин Миддлтон всегда готова принять любой спортивный вызов, будь то игра крикет, хоккей или даже состязание с британской легкоатлеткой и олимпийской чемпионкой Джессикой Эннис-Хилл (Jessica Ennis-Hill):

*DUCHESS OF CAMBRIDGE How Kate Middleton is up for every sport throne at her, from cricket and hockey to racing Jessica Ennis-Hill* (The Sun. 26.02.2020).

Словосочетание *up for every sport throne* (готова завоевать любой спортивный трон), обозначающие названия видов спорта существительные *cricket* и *hockey* и отглагольное существительное *racing* демонстрируют читателям, что принцесса легка на подъём, когда дело касается спорта, и не против посостязаться с именитой спортсменкой.

Продолжая идею интереса Кэтрин Миддлтон к спорту, рассмотрим ещё один пример:

*HER CROWN JEWELS Pilates, planks and special pumps – how Kate Middleton really gets those jaw dropping legs* (The Sun. 07.10.2021).

Существительные на тему спорта *pilates* и *planks* сообщают, что Кэтрин Миддлтон занимается физическими упражнениями. Физическая форма, полученная в результате тренировок, действительно впечатляет британскую прессу, что выражается в заголовке с помощью метафоричного описания *her crown jewels* (её королевские драгоценности) и оценочного прилагательного *jaw dropping* (потрясающий) в отношении ног принцессы.

Характеризуя Кэтрин Миддлтон как разностороннюю личность, британская пресса отмечает, что Кэтрин также активно практикует здоровый образ жизни:

*Kate's forest bathing, Harry's meditating – wellness is a right royal fad* (The Guardian. 16.01.2019).

В данном заголовке существительные *forest bathing* (лесная терапия, «лесные ванны») и *wellness (the state of being healthy, especially when it is something that you actively try to achieve)* указывают на то, что Кэтрин заботится о своем здоровье и предпочитает для этого прогулки по лесу. Словосочетание *royal fad* (королевская прихоть) в сочетании с оценочным прилагательным *right* (правильный) позволяют увидеть одобрение прессой образа жизни принцессы.

Более того, в заголовках британской прессы также прослеживается особенное увлечение Кэтрин Миддлтон теннисом:

*DUCHESS OF CAMBRIDGE ATTENDS FINAL DAY OF WIMBLEDON WITH HER FATHER* (The Independent. 11.07.2021).

*SERVICE WITH A SMILE Smiling Kate Middleton enjoys Wimbledon final with Prince William after coming out of self-isolation as Ash Barty wins* (The Sun. 10.07.2021).

Используемые в заголовках глаголы *attends* (посещать) и *enjoys* (получать удовольствие) в сочетании с собственным именем существительным *Wimbledon* словосочетаниях *attends final day of Wimbledon* и *enjoys Wimbledon final* сообщают о том, что Кэтрин Миддлтон является частым гостем на Уимбилдонском турнире, а также об интересе Кэтрин Миддлтон к данному виду спорта.

Так, приведённые выше лексические средства, используемые в заголовках британских медиа, позволяют читателям сделать вывод, что Кэтрин Миддлтон действительно является большой поклонницей спорта и получает удовольствие от посещения спортивных мероприятий.

Помимо любви к спорту, Кэтрин Миддлтон также известна своим увлечением фотографией. До замужества принцесса занималась съёмкой продукции для семейного бизнеса по производству товаров для праздника и даже хотела стать профессиональным фотографом. На сегодняшний день Кэтрин является почетным членом Королевского фотографического общества и покровителем Национальной портретной галереи в Лондоне. Неугасающую страсть Кэтрин Миддлтон к данному хобби не обходит стороной и британская пресса, подтверждение чему мы можем найти в многочисленных заголовках газеты *The Guardian*:

*Duchess of Cambridge exposed as photographer* (The Guardian. 21.11.2012).

*Duchess of Cambridge continues royal enthusiasm for photography* (The Guardian. 21.11.2012).

Так, словосочетания *exposed as photographer* (раскрывается, показывает себя как фотограф) и *royal enthusiasm for photography* (интерес принцессы к

фотографии) раскрывают Кэтрин Миддлтон для читателей как человека, заинтересованного в таком деле как фотография.

Продолжая идею интереса принцессы к фотографии, рассмотрим ещё один заголовок:

*Kate Middleton is rightly honoured for her photographs – they are full of love* (The Guardian. 04.01.2017).

Словосочетания *rightly honoured* (по праву удостоена чести) и *full of love* (наполнены любовью), используемые прессой в заголовке газеты *The Guardian*, позволяют читателям понять, что Кэтрин действительно является профессионалом в данной области, а фотографии отражают любовь принцессы к этому делу.

Наряду со спортом и фотографией, Кэтрин Миддлтон обладает талантом к игре на музыкальном инструменте – фортепиано, на что указывает ряд заголовков. Например:

*Kate Middleton leaves viewers 'speechless' with 'touching' piano performance at Westminster Abbey service - and fans say she is 'just like Diana' after late royal surprised guests in 1988 with her musical talents* (The Guardian. 25.12.2021).

Используемые в заголовке выражения *leaves viewers 'speechless'* (поражать, шокировать) и *'touching' piano performance* (трогательная игра на фортепьяно), позволяет нам сделать вывод о том, что Кэтрин действительно удивляет британцев своим навыком игры на музыкальном инструменте.

Таким образом, характеризуя Кэтрин Миддлтон как разностороннюю личность, британская пресса отмечает интерес принцессы к спорту и здоровому образу жизни, частое посещение принцессой спортивных мероприятий, увлечение фотографией и навык игры на музыкальном инструменте.

2.2.5. Кэтрин Миддлтон как член королевской семьи, заслуживающий доверия

Ещё одна характеристика образа, часто встречающаяся в заголовках британских СМИ, – Кэтрин Миддлтон как надёжный член королевской семьи, которому можно доверять и на кого можно ориентироваться (7%). Данная характеристика формируется в заголовках британской прессы при помощи прилагательных с положительной оценочной коннотацией (*reliable, consummate, confident, picture perfect*), а также выражений, подчёркивающих авторитет Кэтрин Миддлтон в британском обществе (*great role model, future queen, represent all modern womanhood, 'confident' queen-in-waiting*).

Рассмотрим заголовок, посвященный сорокалетию принцессы:

*Duchess of Cambridge, the reliable royal, turns 40* (The Independent. 08.01.2022).

Так, газета *The Independent* использует в заглавии своей статьи прилагательное *reliable* (*deserving trust; dependable*) в словосочетании *reliable royal*, что наводит читателя на мысль о том, что перед общественностью Кэтрин предстает как представитель британской монархии, которому можно доверять.

Кроме того, газета *The Guardian* в качестве заголовка статьи приводит следующие слова принца Филиппа, супруга королевы Великобритании Елизаветы II:

*Prince Philip – the consummate royal wife and a great role model for Kate* (The Guardian. 29.06.2013).

В данном примере прилагательное с оценочной коннотацией *consummate* (хорошо себя зарекомендовавший, добившийся признания) и словосочетание *a great role model* (достойный образец для подражания), дают понять читателю, что в глазах британцев Кэтрин выступает как ролевая модель, ориентир. Таким образом, слова принца Филиппа, авторитетного представителя британской монархии, сказанные в адрес Кэтрин Миддлтон, способствуют ещё большему уважению принцессы в обществе.

Продолжая идею авторитетности Кэтрин Миддлтон в британском обществе, рассмотрим ещё один пример:

*PICTURE PERFECT Kate Middleton's 40th birthday portraits reveal she's 'confident' in her role of future Queen, says body language expert (The Sun. 08.01.2022).*

Словосочетание *future queen* (будущая королева) в данном заголовке употребляется британской прессой с целью выразить свои ожидания по поводу судьбы принцессы – британцы видят в фигуре Кэтрин Миддлтон свою будущую королеву. Кроме того, прилагательное *confident* (*being certain of your abilities or having trust in people, plans, or the future*) и прилагательное с оценочной коннотацией *picture perfect* (*completely lacking in defects or flaws; ideal*), на наш взгляд, способствуют формированию у читателя образ Кэтрин как безупречного, уверенного в себе правителя, которому можно доверить будущее страны.

Таким образом, характеризуя Кэтрин Миддлтон как представительницу британской монархии, заслуживающей доверия, британские СМИ отмечают уважение к принцессе как со стороны британского общества, так и со стороны членов королевской семьи, а также выражают доверие к будущей королеве и ожидают вступление Кэтрин в новый статус.

### 2.3. Основные характеристики образа Кэтрин Миддлтон в заголовках испанских СМИ

Анализ лексических средств в заголовках испанских СМИ *El Mundo*, *La Vanguardia*, *El Pais*, *¡Hola!* и *Pronto* позволил выявить следующие характеристики образа Кэтрин Миддлтон в испанских СМИ: Кэтрин Миддлтон как стильная представительница британской монархии, мать, разносторонняя личность, любимый член британской королевской семьи, участница семейного конфликта. Заголовки были разделены в соответствии с реализуемой характеристикой образа (рис. 2).

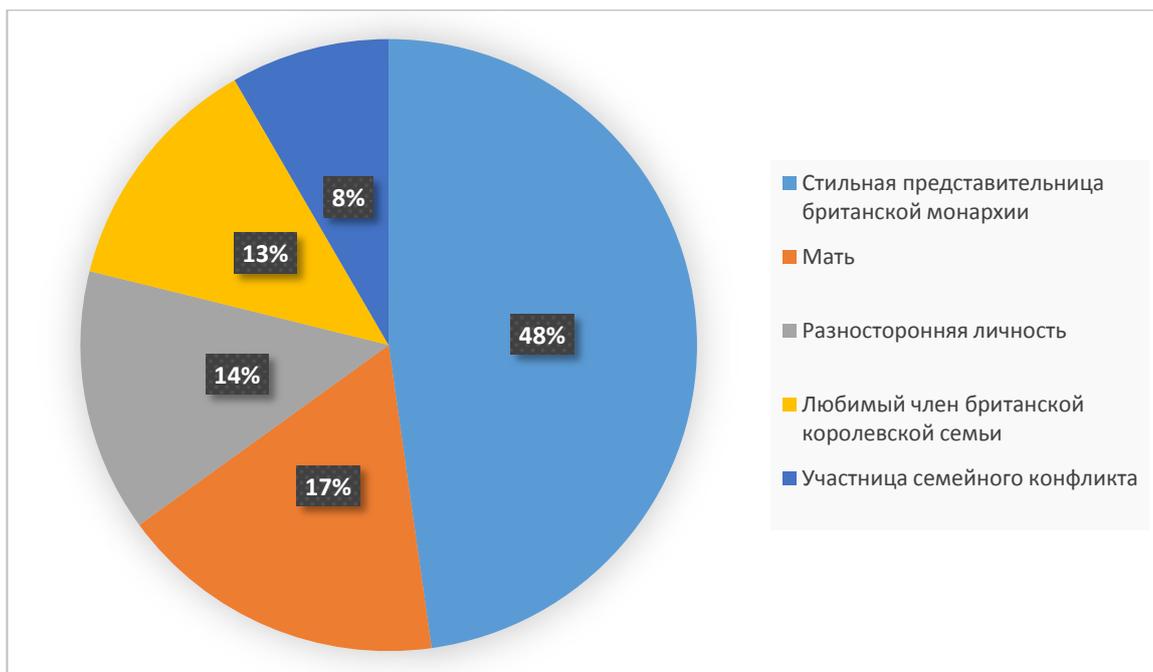


Рисунок 2. Характеристики образа Кэтрин Миддлтон в испанских СМИ

Для репрезентации данных характеристик образов представительницы британской монархии в испанской прессе активно используются различные лексические средства.

### 2.3.1. Кэтрин Миддлтон как стильная представительница британской монархии

Наряды принцессы Уэльской Кэтрин Миддлтон зачастую становятся предметом обсуждения, о чем свидетельствуют многочисленные заголовки в испанской прессе (48%). Так, характеристика образа Кэтрин Миддлтон как стильной представительницы британской монархии на лексическом уровне реализуется с помощью словосочетаний *en el trono del estilo* (во главе стиля), *icono de moda* (модная икона), *influyente en moda* (влиятельная в мире моды), *las reinas del estilo (Letizia vs. Kate Middleton)* (королевы стиля) (Летиция против Кейт Миддлтон), *la gran estrella en el estreno* (главная звезда на премьере), *prendas más icónicas* (знаковые элементы гардероба), *acaparar todas las miradas* (приковывать все взгляды), *efecto Kate Middleton* (эффект Кейт

Миддлтон), *el toque de estilo inglés* (нотка английского стиля), *fórmula de estilo* (формула стиля); прилагательных с положительной оценочной коннотацией *estilosa* (стильная), *brillante* (блистательный, превосходный), *sofisticado* (изысканная), *perfecto* (безупречная, идеальная); имен собственных *Zara*, *Massimo Dutti* и *Alexander McQueen*, обозначающих названия магазинов и дизайнерского бренда.

При появлении на публике и посещении различных мероприятий наряды Кэтрин Миддлтон не остаются без внимания, о чем пишет испанское издание *El Mundo*:

*Kate Middleton acapara todas las miradas en Wimbledon con un vestido blanco de Alexander McQueen* (El Mundo. 10.01.2021).

Выбор наряда принцессы, сделанный в пользу белого платья (*un vestido blanco*) английского дизайнера Александра Маккуина (Alexander McQueen), не оставил зрителей Уимблдона равнодушными, что подчёркивается словосочетанием *acapar todas las miradas* (приковывать все взгляды) в заголовке испанской газеты.

Наряду с дизайнерскими брендами принцесса нередко использует в своем гардеробе доступные по цене элементы одежды из масс-маркета, в связи с чем принцессу даже прозвали «королевой лоукоста». Довольно часто Кэтрин Миддлтон появляется на мероприятиях или фотографиях в одежде общедоступных испанских брендов *Zara* и *Massimo Dutti*, что также не остается без внимания испанских СМИ и подчёркивается в ряде заголовков. Например:

*Kate Middleton estrena un blazer de Zara que puedes comprar rebajado* (La Vanguardia. 30.06.2021).

Так, используемое в приведенном заголовке словосочетание *un blazer de Zara* (пиджак Zara) сообщает читателям о пользовании Кэтрин Миддлтон доступными брендами. Словосочетание *comprar rebajado* позволяет приблизить Кэтрин Миддлтон к народу, сообщая читателям о возможности приобрести элемент одежды из гардероба принцессы по сниженной цене.

Рассмотрим заголовок испанского издания *La Vanguardia*, посвящённый юбилею принцессы:

*Kate Middleton cumple 40: los looks que la han convertido en la 'royal' más estilosa* (La Vanguardia. 10.01.2022).

В данном заголовке используется заимствованное из английского языка слово *look* (образ, наряд). Кроме того, в заголовке также представлено заимствованное из английского языка существительное *royal* (королевская особа) в сочетании с прилагательным *estilosa* (стильный) в превосходной степени сравнения. Данные лексические средства в сочетании друг с другом позволяют нам сделать вывод, что благодаря своим нарядам Кэтрин Миддлтон представляется в глазах испанского народа как самая стильная представительница королевской семьи.

Образы Кэтрин Миддлтон настолько нравятся общественности, что люди спешат повторить за принцессой и приобрести себе в гардероб такие же элементы одежды. Такое положение вещей привело к появлению в испанской прессе термина *efecto Kate Middleton* (эффект Кейт Миддлтон) – ситуации, при которой предмет одежды, в котором появлялась на публике Кэтрин Миддлтон, стремительно раскупается в магазинах, о чем пишет издание *La Vanguardia*:

*Efecto Kate Middleton: El vestido de su aniversario de boda se agota en menos de un día* (La Vanguardia. 29.04.2021).

Так, используемые в заголовке глагол *agotarse* (закончиться, исчерпать запасы) в пассивном залоге и существительное *vestido* (платье) позволяют читателям сделать вывод, что стиль Кэтрин Миддлтон настолько привлекает общественность, что её наряды в магазинах раскупаются меньше чем за сутки (*en menos de un día*).

Примечательно, что образы Кэтрин Миддлтон нередко сравнивают с нарядами других представительниц современной монархии. Зачастую на страницах испанской прессы можно встретить заголовки, сравнивающие

стиль Кэтрин Миддлтон со стилем королевы Испании Летиции, считающейся одной из самых стильных женщин-монархов в мире:

*Semejanzas y diferencias entre los armarios de las royals más cool: Letizia y Kate* (El Mundo. 10.07.2021).

Так, сравнивая наряды двух представительниц королевских семей, испанская пресса использует существительное во множественном числе *armarios* (гардероб) и заимствованное из английского языка существительное во множественном числе *royals* (королевские особы) в сочетании с заимствованным прилагательным в превосходной степени *cool* (крутой, отличный). Данные лексические средства позволяют нам прийти к выводу, что будущая королева Великобритании в равной мере симпатизирует испанцам, как и их королева Летиция.

Продолжая сравнение Кэтрин Миддлтон и Летиции, рассмотрим следующий пример:

*Las reinas del estilo: Letizia vs. Kate Middleton* (El Mundo. 04.06.2014)

В данном заголовке словосочетание *las reinas del estilo* (королевы стиля), использованное в отношении двух представительниц королевских семей, подчёркивает влияние Кэтрин Миддлтон в мире моды наравне с королевой Летицией.

Таким образом, характеризуя Кэтрин Миддлтон как стильную представительницу британской монархии, испанские СМИ отмечают стильные наряды Кэтрин, интерес представительницы королевской семьи как доступными, так и дизайнерскими брендами, а также сравнивают Кэтрин Миддлтон с королевой Летицией.

### 2.3.2. Кэтрин Миддлтон как мать

Как и в Великобритании, в глазах испанцев Кэтрин Миддлтон представляется как мать троих детей. Методы воспитания Кэтрин, а также её любовь к детям не остается незамеченной испанцами, о чем свидетельствуют

заголовки на данную тематику в испанской прессе (17%). Так, в испанских СМИ характеристика образа Кэтрин Миддлтон как матери формируется за счет ряда лексических единиц на тему беременности и рождения ребенка (*embarazo* (беременность), *dar a luz* (родить), *esperar un bebé* (ждать ребенка), *recién nacida* (новорожденная), *la baja por maternidad* (декретный отпуск)), словосочетаний *madre del 'bebé real'* (мать «наследника короны»), *orgullo de madre* (материнская гордость), *junto a sus tres hijos* (вместе со своими тремя детьми), *(Kate y Guillermo) a juego con sus hijos* (Кейт и Уильям) (играя с детьми), существительное *papás* (родители) в сочетании с прилагательным с оценочной коннотацией *normales* (обычный, нормальный).

Беременность Кэтрин и рождение детей, наследников британского престола, каждый раз вызывает интерес у испанской аудитории, на что указывает появление большого количества заголовков в испанских медиа:

*Así fue el primer embarazo de Kate Middleton* (El Mundo. 08.09.2014).

*Kate Middleton da a luz a una niña* (El Mundo. 02.05.2015).

*Guillermo y Kate esperan un bebé* (El País. 03.12.2012).

В данных заголовках используются лексические единицы на тему беременности, среди которых существительное *embarazo* (беременность), словосочетания *dar a luz* (родить) и *esperar un bebé* (ждать ребенка), что позволяет нам сделать вывод, что в испанской прессе Кэтрин Миддлтон характеризуется как мать.

При этом испанские СМИ делают акцент, что Кэтрин Миддлтон является матерью наследника британской короны. Рассмотрим заголовок издания *El Mundo*, приуроченный к рождению первого ребенка Кэтрин – старшего сына принца Джорджа:

*Madre del 'bebé real', el nuevo papel de Catalina* (El Mundo. 22.07.2013).

Используемые в приведенном примере словосочетания *el nuevo papel de Catalina* (новая роль Кэтрин) и *madre del 'bebé real'* (мать наследника престола) подчеркивают, что с рождением первого ребенка Кэтрин

примерила на себя новую роль и стала матерью наследника британского престола, будущего короля.

Испанская пресса даёт оценочную характеристику Кэтрин Миддлтон как матери:

*¡Orgullo de madre! Kate Middleton no se pierde un partido de rugby de George* (Hola. 09.02.2023).

К вопросу воспитания и заботы о детях Кэтрин Миддлтон относится особенно трепетно и не пренебрегает тем, чтобы окружить детей своим вниманием. Так, Кэтрин не пропускает ни одной игры в регби своего сына Джорджа, о чем говорится в заголовке издания *¡Hola!*. Словосочетание с оценочной коннотацией *orgullo de madre* (материнская гордость) в приведенном заголовке указывает на то, что Кэтрин по-настоящему гордится успехами своего сына.

Более того, Кэтрин совместно со своим супругом принцем Уильямом посещает различные праздничные мероприятия, не забывая и о своих детях:

*¡Más unidos que nunca! Kate y Guillermo, a juego con sus hijos en el tradicional concierto de villancicos* (Hola. 16.12.2022).

Так, в заголовке используются существительное *juego* (игра), и притяжательное местоимение *sus* (их) в сочетании с существительным во множественном числе *hijos* (дети), что позволяет читателям сформировать образ Кэтрин и её супруга как заботливых родителей, любящих играть и проводить время со своими детьми.

Вместе с тем, в заголовке газеты *El Mundo* испанская пресса подчеркивает, что Кэтрин и Уильям – такие же родители, как и все:

*Guillermo y Kate Middleton: papás reales, papás normales* (El Mundo. 05.05.2015).

Использованное в заголовке существительное *papás* (родители) в сочетании с прилагательным *real* (королевский) и прилагательным с оценочной коннотацией *normal* (обычный, нормальный) позволяют нам сделать вывод, что несмотря на свой статус для испанцев Кэтрин и Уильям

являются такими же родителями, как и все, которые также сталкиваются с трудностями в воспитании детей, что в свою очередь приближает членов королевской семьи к народу.

Таким образом, испанская пресса акцентирует внимание читателей на том, что Кэтрин Миддлтон является матерью наследника британской короны, любит проводить время с детьми и, как и все родители, сталкивается с трудностями в процессе воспитания детей.

### 2.3.3. Кэтрин Миддлтон как разносторонняя личность

Одна из характеристик образа Кэтрин Миддлтон, которая активно транслируется в испанской прессе – Кэтрин Миддлтон как разносторонняя личность (14%). Данная характеристика формируется в заголовках испанских СМИ за счёт ряда лексических средств, среди которых словосочетания, выражающие интерес Кэтрин к физической активности и спорту ((*Guillermo y Catalina fieles al tenis* (Уильям и Кэтрин) (преданные теннису), *lista para batir récords* (готова побить рекорды), *fan de la máquina de 'spinning'* (фанатка велотренажера), (*Kate Middleton y Emma Raducanu compañeras en un partido de tenis doble* (Кейт Миддлтон и Эмма Радукану) (партнерши по парному теннисному матчу)); словосочетания, подчёркивающие увлечение Кэтрин Миддлтон фотографией (*fotografías premiadas* (фотографии, отмеченные наградами), *cámara en mano* (камера в руках), *vuelve a hacer de fotógrafa* (вновь начала заниматься фотографией), *Kate Middleton como (su) fotógrafa* (Кейт Миддлтон в качестве фотографа), *fotógrafa por afición* (фотограф-любитель)), а также талант Кэтрин к игре на музыкальном инструменте (*talento para tocar el piano* (талант к игре на фортепиано), *sorprende tocando el piano* (удивляет своим талантом игры на фортепиано)).

Испанская пресса отмечает, что Кэтрин Миддлтон является фанаткой спорта и здорового образа жизни:

*Sabemos por qué Kate Middleton es fan de la máquina de 'spinning'*  
(Hola. 30.03.2023).

В заголовке издания *¡Hola!* используется существительное *fan* (фанат) в словосочетании *fan de la máquina de 'spinning'* (фанатка велотренажера), что указывает на то, что Кэтрин нравится заниматься физическими упражнениями и использовать для этого различное спортивное оборудование.

Вместе с тем, испанские СМИ отмечают особенный интерес Кэтрин Миддлтон к теннису:

*Guillermo y Catalina, fieles al tenis* (El Mundo. 08.07.2015).

Прилагательное *fieles* с семантикой верности, преданности в словосочетании *fieles al tenis* (верные теннису) в заголовке газеты *El Mundo* сообщает, что Кэтрин часто играет в теннис со своим супругом Уильямом, что демонстрирует увлечение принцессы данным видом спорта.

Продолжая идею об интересе Кэтрин Миддлтон к спорту, рассмотрим ещё один пример:

*Sorpresa en la cancha: Kate Middleton y Emma Raducanu, compañeras en un partido de tenis doble* (El Pais. 24.09.2021).

Будучи опытной в данной сфере, Кэтрин готова сыграть партию в теннис совместно с профессиональной британской теннисисткой Эммой Радукану (Emma Raducanu), что не может не удивить испанцев, на что указывает существительное *sorpresa* (сюрприз) в словосочетании *sorpresa en la cancha* (сюрприз на теннисном корте). Используемое в заголовке словосочетание *compañeras en un partido de tenis* (партнерши по теннисному матчу) подчёркивают авантюризм Кэтрин, решившейся сыграть с профессиональной спортсменкой.

Наряду со спортом и физической активностью, Кэтрин также известна испанской аудитории своим мастерством в фотографии:

*Kate Middleton, fotógrafa por afición* (El Pais. 11.01.2016).

Ещё в молодости Кэтрин мечтала стать профессиональным фотографом, но любовь принцессы к фотографии не угасла и до сих пор, о чем свидетельствуют существительные *fotógrafa* (фотограф) и *afición* (увлечение, хобби) в приведенном заголовке.

Несмотря на то, что фотография является для Кэтрин Миддлтон увлечением, её работы отмечены наградами:

*Las fotografías familiares de Kate Middleton, premiadas* (El Mundo. 04.01.2017).

Словосочетание *fotografías familiares* (фотографии семьи) и причастие *premiadas* (отмеченные наградами), используемые в заголовке, позволяют читателям сделать вывод, что работы Кэтрин отличаются профессионализмом.

Наряду со спортом и фотографией, Кэтрин Миддлтон также отмечается талантом игры на фортепиано, на что указывает ряд заголовков. Например:

*Kate Middleton sorprende con su talento para tocar el piano* (El Mundo. 27.12.2021).

Так, используемый в заголовке глагол *sorprender* (удивлять, восхищать), существительное *talento* (талант, способность) и словосочетание *tocar el piano* (играть на фортепиано) позволяет прийти к выводу, что Кэтрин действительно удивляет испанцев своим талантом к игре на музыкальном инструменте.

Таким образом, испанская пресса характеризует Кэтрин Миддлтон как разностороннюю личность, отмечая интерес представительницы британской монархии к физическим упражнениям и спорту, а именно игре в теннис, а также увлечение фотографией и талант игры на музыкальном инструменте.

2.3.4. Кэтрин Миддлтон как любимый член британской королевской семьи

Ещё одна характеристика образа Кэтрин Миддлтон, которую можно выделить на основе анализа заголовков испанской прессы, – это Кэтрин Миддлтон как любимый член британской королевской семьи (13%). Данная характеристика образа формируется в сознании читателей за счёт лексических средств, среди которых словосочетания *joya de la corona británica* (жемчужина британской короны), *la más querida de la Familia Real británica* (самая любимая в британской королевской семье), *la más popular de la familia real* (самая популярная в королевской семье), *Catalina la Grande* (Кэтрин Великая), *la princesa que roza la perfección* (безупречная принцесса), *la nueva Diana* (новая Диана), *fans de Kate Middleton* (фанаты Кейт Миддлтон), а также прилагательные с положительной оценочной коннотацией *perfecta* (идеальный, образцовый), *verdadera* (истинный, подлинный), *ideal* (идеальный, совершенный).

На сегодняшний день Кэтрин Миддлтон является одной из самых популярных женщин-монархов в мире, успев завоевать интерес жителей не только Великобритании, но и Испании, о чем свидетельствуют многочисленные заголовки испанских газет:

*Kate Middleton cumple 37 años convertida en la royal más popular*  
(El Mundo. 09.01.2019).

*Kate Middleton cumple 40 años con su popularidad en lo más alto*  
(El Mundo. 10.01.2022).

*Y de nuevo Kate Middleton vuelve a ser la más popular de la familia real*  
*(por encima de su marido y del propio rey Carlos)* (El Mundo. 01.03.2023).

В данных примерах прилагательное *más popular* (популярный, широко известный) в превосходной степени сравнения, а также существительное *popularidad* (популярность, известность) в сочетании с прилагательным *más alto* (высокий) в превосходной степени сравнения сообщают об известности Кэтрин Миддлтон по сравнению с другими представителями королевской семьи.

Продолжая идею популярности Кэтрин Миддлтон в обществе, рассмотрим следующий пример:

*Diez motivos por los que somos fans de Kate Middleton* (El Mundo. 09.01.2017).

Словосочетание *diez motivos* (десять причин), а также существительное *fans* (поклонники) в словосочетании *fans de Kate Middleton* (фанаты Кейт Миддлтон) в приведенном заголовке сообщают, что Кэтрин Миддлтон в действительности завоевала сердца не только британцев, но и испанцев, на что существует десять причин.

Испанские СМИ дают оценочную характеристику Кэтрин Миддлтон как представительницы британской монархии:

*La mujer perfecta se llama Kate Middleton* (El Mundo. 30.01.2015).

В глазах испанской общественности, Кэтрин Миддлтон представляется как образцовая девушка, не имеющая изъянов, о чем свидетельствует прилагательное с оценочной коннотацией *perfecta* (идеальный, образцовый) в приведенном заголовке.

Более того, нередко принцессу Уэльскую сравнивают с жемчужиной, отмечая исключительность Кэтрин в британской королевской семье:

*KATE MIDDLETON LLEGA A LOS CUARENTA AÑOS CONVERTIDA EN LA VERDADERA JOYA DE LA CORONA BRITÁNICA* (Hola. 29.12.2021).

Используемая в заголовке метафора *joya de la corona británica* (жемчужина британской короны) с ключевой лексемой *joya* (жемчужина) подчёркивает исключительность Кэтрин, что также усиливается прилагательным с положительной оценочной коннотацией *verdadera* (истинный, подлинный).

Вместе с тем, Кэтрин Миддлтон сравнивают с принцессой Дианой, матью принца Уильяма, «королевой людских сердец»:

*La nueva Diana se llama Kate* (El Pais. 14.01.2007).

Как подчеркивает издание *El Pais*, используя в заголовке прилагательное *nueva* (новая) в выражении *la nueva Diana*, Кэтрин Миддлтон

стала для британского народа так называемой «новой Дианой», завоевав любовь и уважение населения к ней.

Таким образом, характеризуя Кэтрин Миддлтон как любимого члена британской королевской семьи, испанская пресса отмечает популярность и исключительность Кэтрин Миддлтон в обществе, а также сравнение Кэтрин с другими представителями британской монархии, а именно с принцессой Дианой.

### 2.3.5. Кэтрин Миддлтон как участница семейного конфликта

Отличительной характеристикой образа Кэтрин Миддлтон в испанской прессе – Кэтрин Миддлтон как участница семейного конфликта (8%). О причастности принцессы к конфликту британской монархии с отрекшимися от исполнения обязанностей членов королевской семьи герцогом и герцогиней Сассекскими свидетельствуют многочисленные заголовки испанских СМИ. Данная характеристика образа формируется в испанской прессе за счет использования в заголовках таких лексических средств как существительные с семантикой конфликта (*encontronazos* (столкновения), *guerra (contra Meghan)* (война (против Меган)), *ruptura* (разрыв, трещина)), а также словосочетаний *el tenso episodio (con los duques de Sussex)* (напряженный инцидент (с герцогом и герцогиней Сассекскими)), *rodeada por la polémica familiar* (окружена семейным конфликтом) и *enorme conflicto entre cuñadas* (колоссальный конфликт между невестками).

Рассмотрим следующий пример:

*Se revela el tenso episodio que vivió Kate Middleton con los duques de Sussex tras la muerte de Isabel II* (Hola. 08.04.2023).

Так, в приведенном заголовке используется словосочетание *tenso episodio* (напряженный инцидент), что дает испанской аудитории понять, что отношения между Кэтрин Миддлтон и герцогом и герцогиней Сассекскими (*los duques de Sussex*) являются довольно натянутыми.

Рассмотрим ещё один заголовок издания *¡Hola!*, посвященный дню рождения принцессы Уэльской:

*Kate Middleton cumple años por primera vez como princesa de Gales y rodeada por la polémica familiar* (Hola. 08.01.2023).

Издание отмечает, что в британской королевской семье принцесса Уэльская Кэтрин Миддлтон окружена семейными конфликтами, на что указывает словосочетание *polémica familiar* (семейный спор, конфликт).

Данного мнения придерживается и испанское издание *El Mundo*, что прослеживается в многочисленных заголовках:

*Meghan Markle y el príncipe Harry se mudan, ¿por sus encontronazos con Kate Middleton?* (El Mundo. 26.11.2018).

*Duques de Cambridge: del "qué buena está Kate" a la guerra contra Meghan* (El Mundo. 29.04.2021).

*El último paso de Meghan y Harry en su ruptura total con Guillermo y Kate* (El Mundo. 24.01.2019).

Используемые в приведённых заголовках существительное во множественном числе *encontronazos* (столкновения), существительные *guerra* (война) в словосочетании *la guerra contra Meghan* (война против Меган) и *ruptura* (разрыв (отношений)) в словосочетании *ruptura total con Guillermo y Kate* (полный разрыв (отношений) с Уильямом и Кейт) сообщают читателям о том, что Кэтрин Миддлтон и её супруг принц Уэльский находятся в серьезном конфликте с герцогиней Сассекской Меган Маркл и принцем Гарри.

Вместе с тем, разлад в отношениях Кэтрин Миддлтон с герцогиней Сассекской подчеркивает испанская газета *Pronto*:

*Kate Middleton y Meghan Markle: todo sobre el enorme conflicto entre cuñadas* (Pronto. 27.08.2022).

Так, в заголовке используется существительное *conflicto* (конфликт), в сочетании с оценочным прилагательным *enorme* (огромный, колоссальный) в словосочетании *el enorme conflicto entre cuñadas* (огромный конфликт между

невестками), что в очередной раз подтверждает, что отношения между двумя девушками достаточно напряженные.

Таким образом, используемые испанской прессой лексические средства с семантикой разрыва и конфликта подчеркивают вовлеченность принцессы Уэльской в конфликт с герцогом и герцогиней Сассекскими.

#### 2.4. Сравнительный анализ репрезентации образа Кэтрин Миддлтон в британских и испанских СМИ

Проанализировав лексические средства, используемые в заголовках британских и испанских СМИ и выявив наиболее часто встречающиеся характеристики образа Кэтрин Миддлтон, нами был выявлен ряд особенностей репрезентации образа Кэтрин Миддлтон в двух культурах – британской и испанской.

Прежде всего необходимо отметить, что некоторые характеристики образа Кэтрин Миддлтон можно встретить сразу в двух культурах. Как и в британской культуре, в глазах испанцев Кэтрин Миддлтон предстает как мать и разносторонняя личность, увлекающаяся спортом и фотографией и умеющая играть на музыкальном инструменте.

Вместе с тем, следует выделить характеристику Кэтрин Миддлтон как британской иконы стиля в британских медиа и стильной представительницы британской монархии в испанских СМИ. На первый взгляд, данные характеристики кажутся схожими, так как в обеих культурах отмечается влияние Кэтрин Миддлтон в мире моды. Однако в ходе исследования было обнаружено, что особое внимание испанские СМИ придают внешнему виду Кэтрин Миддлтон, не упуская возможности сравнить наряд принцессы с нарядом испанской королевы Летиции в связи с тем, что обе представительницы монархий являются эталоном стиля и красоты для своих

культур. Таким образом, было выявлено, что, как и королева Летиция, Кэтрин Миддлтон вызывает симпатию у испанского народа, а образы представительницы британской монархии вызывают у испанцев интерес и восхищение.

Ещё одна отличительная особенность репрезентации Кэтрин Миддлтон в британской и испанской культурах заключается в характеристике Кэтрин Миддлтон как члена королевской семьи, заслуживающей доверия, в британских медиа и любимого члена британской королевской семьи в испанской прессе. Как и в вышеупомянутом случае, в СМИ обеих культур выражается особенное отношение населения к Кэтрин Миддлтон. При этом в британской прессе подчёркивается авторитетность принцессы Уэльской и доверие к ней со стороны общественности, в то время как испанские СМИ акцентируют внимание на популярности и исключительности Кэтрин Миддлтон по сравнению с другими представителями монархии.

Продолжая идею различий в репрезентации образа Кэтрин Миддлтон в двух культурах, необходимо также упомянуть появление в испанской прессе характеристики образа Кэтрин Миддлтон как участницы семейного конфликта, а именно конфликта британской монархии с отказавшимися от исполнения королевских обязанностей герцога и герцогини Сассекских. Данную особенность можно объяснить тем, что Кэтрин Миддлтон представлена в заголовках испанских СМИ в контексте «чужой» для неё культуры. Испанская монархия не имеет цели так или иначе контролировать репрезентацию образа принцессы Уэльской в испанских СМИ, в связи с чем в испанской прессе представляется возможным появление злободневных, нежелательных по мнению британской монархии тем для распространения в СМИ, в которых может быть заинтересована испанская аудитория.

Наконец, было отмечено, что по сравнению с британскими медиа в испанской прессе не освещается социальная и благотворительная деятельности Кэтрин Миддлтон, что, в свою очередь, также можно объяснить репрезентацией образа Кэтрин Миддлтон в «чужой» культуре. Так, в

испанской прессе не видится необходимым освещать детали королевских обязанностей Кэтрин Миддлтон в равной мере с прессой Великобритании, гражданам которой необходимо быть в курсе социальной деятельности своего будущего правителя.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

В ходе анализа материала, представленного заголовками британских газет *Daily Mail*, *The Guardian*, *The Independent* и *The Sun*, и испанских газет, среди которых *El Mundo*, *La Vanguardia*, *El Pais*, *¡Hola!* и *Pronto*, нами было выявлено пять наиболее часто встречающихся характеристик образов Кэтрин Миддлтон в каждой культуре. Так, в британских СМИ Кэтрин Миддлтон предстает как британская икона стиля, социальный деятель, мать, разносторонняя личность и член королевской семьи, заслуживающий доверия. В испанских СМИ Кэтрин Миддлтон проявляется как стильная представительница британской монархии, мать, разносторонняя личность, любимый член британской королевской семьи и участница семейного конфликта.

В результате анализа заголовков британской прессы было выявлено, что характеристика образа Кэтрин Миддлтон как британской иконы стиля на лексическом уровне реализуется с помощью ряда синонимичных глаголов (*dazzles*, *glows*, *beams*, *glitters*, *shines*) а также прилагательных (*radiant* и *emerald*), со значением «сиять», «излучать свет», неоднократно мелькающих в заголовках британской прессы. Кроме того, в контексте с именем принцессы используются словосочетания *ambassador of British style*, *queen of style*, *fashion triumph*, *red carpet* и *Vogue cover star*, и прилагательные с положительной оценочной коннотацией *picture perfect*, *glamorous* и *elegant*, что помогает выстроить для читателей образ стильной, привлекающей внимание публики личности. В заголовках также подчёркивается внимание принцессы к дресс-коду, что реализуется с помощью соответствующих словосочетаний (*embodies appropriateness*, *follows royal code*).

Характеристика образа Кэтрин Миддлтон как социального деятеля отражается в заголовках британских СМИ за счёт синонимичных словосочетаний со значением «выразить признательность, благодарность» (*lead tributes*, *pay (emotional) tribute*), словосочетаний, передающих значение

просьбы (*in plea over, call for 'taboo' to be broken*), а также глаголов (*launch, donate, thank, support*), и существительных (*patron, foundation, charity event* и *charity work*), связанных с благотворительной деятельностью.

Кэтрин Миддлтон как мать также предстаёт в заголовках британских СМИ с помощью ряда лексических средств. Так, данная характеристика образа Кэтрин Миддлтон реализуется с помощью неоднократно употребляющегося наречия *broody*, словосочетаний *gives birth, in labour, expecting first baby, maternity leave*, сообщающих о беременности и рождении детей Кэтрин, а также ряда словосочетаний, демонстрирующих Кэтрин Миддлтон в процессе материнства (*proudly shows off her baby bump, a very modern royal mother, gazes lovingly (at sleeping Prince Louis), tenderly cradles her baby bump, mum fail, secret to successful motherhood*).

Характеристика Кэтрин Миддлтон как разносторонней личности передается в заголовках британских СМИ с помощью существительных и словосочетаний, связанных с тематикой спорта и здорового образа жизни (*cricket, hockey, wellness, sport, pilates, planks, up for every sports throne, the sportiest royal*). В заголовках также используются словосочетания, отмечающие интерес Кэтрин Миддлтон к фотографии (*exposed as photographer, royal enthusiasm for photography, rightly honored for her photographs*) и музыке (*'touching' piano performance*).

Наконец, характеристика образа Кэтрин Миддлтон как члена королевской семьи, заслуживающего доверия, формируется в заголовках британской прессы за счёт прилагательных с положительной оценочной коннотацией (*reliable, consummate, confident, picture perfect*), а также выражений, подчёркивающих авторитет Кэтрин Миддлтон в британском обществе (*great role model, future queen, represent all modern womanhood, 'confident' queen-in-waiting*).

В ходе анализа заголовков испанских СМИ было выявлено, что характеристика образа Кэтрин Миддлтон как стильной представительницы британской монархии на лексическом уровне реализуется с помощью

словосочетаний *en el trono del estilo* (во главе стиля), *icono de moda* (модная икона), *influyente en moda* (влиятельная в мире моды), *las reinas del estilo* (*Letizia vs. Kate Middleton*) (королевы стиля) (Летиция против Кейт Миддлтон), *la gran estrella en el estreno* (главная звезда на премьере), *prendas más icónicas* (знаковые элементы гардероба), *acaparar todas las miradas* (приковывать все взгляды), *efecto Kate Middleton* (эффект Кейт Миддлтон), *el toque de estilo inglés* (нотка английского стиля), *fórmula de estilo* (формула стиля); прилагательных с положительной оценочной коннотацией *estilosa* (стильная), *brillante* (блистательный, превосходный), *sofisticado* (изысканная), *perfecto* (безупречная, идеальная); имен собственных *Zara*, *Massimo Dutti* и *Alexander McQueen*, обозначающих названия магазинов и дизайнерского бренда.

Характеристика образа Кэтрин Миддлтон как матери демонстрируется в испанской прессе благодаря ряду лексических единиц на тему беременности и рождения ребенка (*embarazo* (беременность), *dar a luz* (родить), *esperar un bebé* (ждать ребенка), *recién nacida* (новорожденная), *la baja por maternidad* (декретный отпуск)), словосочетаниям *madre del 'bebé real'* (мать «наследника короны»), *orgullo de madre* (материнская гордость), *junto a sus tres hijos* (вместе со своими тремя детьми), (*Kate y Guillermo*) *a juego con sus hijos* (Кейт и Уильям) (играя с детьми), существительному *papás* (родители) в сочетании с прилагательным с оценочной коннотацией *normales* (обычный, нормальный).

Характеристика образа Кэтрин Миддлтон как разносторонней личности формируется в заголовках испанских СМИ за счёт ряда лексических средств, среди которых словосочетания, выражающие интерес Кэтрин к физической активности и спорту ((*Guillermo y Catalina*) *fieles al tenis* (Уильям и Кэтрин) (преданные теннису), *lista para batir récords* (готова побить рекорды), *fan de la máquina de 'spinning'* (фанатка велотренажера), (*Kate Middleton* и *Emma Raducanu*) *compañeras en un partido de tenis doble* (Кейт Миддлтон и Эмма Радукану) (партнерши по парному теннисному матчу)); словосочетания,

подчёркивающие увлечение Кэтрин Миддлтон фотографией (*fotografías premiadas* (фотографии, отмеченные наградами), *cámara en mano* (камера в руках), *vuelve a hacer de fotógrafa* (вновь начала заниматься фотографией), *Kate Middleton como (su) fotógrafa* (Кейт Миддлтон в качестве фотографа), *fotógrafa por afición* (фотограф-любитель)), а также талант Кэтрин к игре на музыкальном инструменте (*talento para tocar el piano* (талант к игре на фортепиано), *sorprende tocando el piano* (удивляет своим талантом игры на фортепиано)).

Кэтрин Миддлтон как любимый член британской королевской семьи представлена в испанской прессе с помощью ряда лексических средств, среди которых словосочетания *joya de la corona británica* (жемчужина британской короны), *la más querida de la Familia Real británica* (самая любимая в британской королевской семье), *la más popular de la familia real* (самая популярная в королевской семье), *Catalina la Grande* (Кэтрин Великая), *la princesa que roza la perfección* (безупречная принцесса), *la nueva Diana* (новая Диана), *fans de Kate Middleton* (фанаты Кейт Миддлтон), а также прилагательные с положительной оценочной коннотацией *perfecta* (идеальный, образцовый), *verdadera* (истинный, подлинный), *ideal* (идеальный, совершенный).

Наконец, была выделена характеристика образа Кэтрин Миддлтон как участницы семейного конфликта, связанного с отказом герцога и герцогини Сассекских от исполнения королевских обязанностей. Данная характеристика образа формируется в испанской прессе за счет использования в заголовках таких лексических средств как существительные с семантикой конфликта (*encontronazos* (столкновения), *guerra (contra Meghan)* (война (против Меган)), *ruptura* (разрыв, трещина)), а также словосочетаний *el tenso episodio (con los duques de Sussex)* (напряженный инцидент (с герцогом и герцогиней Сассекскими)), *rodeada por la polémica familiar* (окружена семейным конфликтом) и *enorme conflicto entre cuñadas* (колоссальный конфликт между невестками).

В результате сравнительного анализа лексических средств, используемых в заголовках британских и испанских СМИ, нами был выявлен ряд особенностей репрезентации образа Кэтрин Миддлтон в британской и испанской культурах. Некоторые характеристики образа Кэтрин Миддлтон можно встретить сразу в двух культурах: Кэтрин Миддлтон как мать и разносторонняя личность, увлекающаяся спортом, фотографией и умеющая играть на музыкальном инструменте. Вместе с тем, представилось необходимым выделить характеристику Кэтрин Миддлтон как британской иконы стиля в британских медиа и стильной представительницей британской монархии в испанских СМИ. На первый взгляд, данные характеристики кажутся схожими, однако, оценивая модные образы Кэтрин, испанские СМИ не упускают возможности сравнить наряд принцессы с нарядом испанской королевы Летиции. Отличительная особенность репрезентации Кэтрин Миддлтон в британской и испанской культурах также заключается в характеристике Кэтрин Миддлтон как члена королевской семьи, заслуживающей доверия, в британских медиа и любимого члена британской королевской семьи в испанской прессе. Разница между двумя характеристиками прослеживается в том, что в британской прессе подчёркивается авторитетность принцессы Уэльской и доверие к ней со стороны общественности, в то время как испанские СМИ акцентируют внимание на популярности и исключительности Кэтрин Миддлтон по сравнению с другими представителями монархии. Примечательно появление в испанской прессе характеристики образа Кэтрин Миддлтон как участницы семейного конфликта с герцогом и герцогиней Сассекскими. Наконец, в ходе работы было отмечено, что по сравнению с британскими медиа в испанской прессе не освещается социальная и благотворительная деятельности Кэтрин Миддлтон.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной исследовательской работе были выделены и проанализированы лексические средства репрезентации образа Кэтрин Миддлтон в британских и испанских СМИ на основе заголовков электронных версий британских газет *Daily Mail*, *The Guardian*, *The Independent* и *The Sun*, а также же испанских газет *El Mundo*, *La Vanguardia*, *El Pais*, *¡Hola!* и *Pronto*.

Особое внимание было уделено рассмотрению различных подходов к определению понятия «образ». Под образом в данной работе понимается стихийно сложившееся упрощённое отражение объекта в сознании человека, имеющее субъективный оттенок и представляющее из себя единое целое. Во многих научных трудах понятие «образ» коррелирует с другими схожими терминами, среди которых «имидж», «типаж» и «стереотип», в связи с чем представилось необходимым разграничить данные понятия. Имидж, как и образ, представляет собой отражение объекта в сознании человека, однако отличается искусственным, целенаправленным характером формирования. Типаж и стереотип, основываясь на тех или иных образах, являются более комплексными, массовыми явлениями. Образ, в свою очередь, отличается от вышеупомянутых терминов упрощенным, нецеленаправленным, субъективным отражением объекта в сознании человека.

Изучение образа известного человека в СМИ является актуальной проблемой. Средства массовой информации на сегодняшний день являются важной частью общественной жизни и в значительной степени влияют на восприятие читателей по отношению к известным лицам, формируя и транслируя медиаобразы. В данной работе под медиаобразом понимается совокупность представлений о различных объектах реального мира, сформированных медиапространством. Медиаобраз обладает рядом признаков, среди которых стереотипность, утрированность,

кратковременность, двойственность, эмоциональность, ориентированность на массовое сознание аудитории, зависимость от времени.

В рамках работы также было рассмотрено понятие медиатекста, который представляет собой комплекс, содержащий различные единицы семиотических систем, выступающих в качестве медиаконтента различного рода. Медиатекст обладает рядом свойств: он изменчив, выступает средством общения, отражает процессы общественной жизни, имеет объективно-субъективный характер.

Заголовок является ключевой частью медиатекста. На основе анализа основных подходов к определению заголовка было выявлено, что заголовок представляет собой единый элемент, соотносимый с текстом как с целым. Заголовок наделён рядом функций: он позволяет обозначить текст, дать ему характеристику, спрогнозировать содержание и интерпретировать его, согласно заложенным в нём смыслам. Заголовок играет ключевую роль в формировании образа известного человека в СМИ, позволяя аудитории сформировать представление об объекте на основе тех или иных лексических средств.

Принцесса Уэльская Кэтрин Миддлтон является влиятельной персоной для Соединённого королевства, вследствие чего она особенно часто привлекает внимание к своей личности не только со стороны британских СМИ, но и мировой общественности.

В ходе исследования были выявлены и описаны лексические средства репрезентации образа Кэтрин Миддлтон в заголовках британских СМИ, анализ которых позволил выявить пять основных характеристик образа Кэтрин Миддлтон в британских масс-медиа:

- Кэтрин Миддлтон как британская икона стиля;
- Кэтрин Миддлтон как социальный деятель;
- Кэтрин Миддлтон как мать;
- Кэтрин Миддлтон как разносторонняя личность;

- Кэтрин Миддлтон как как член королевской семьи, заслуживающий доверия.

В ходе исследования также были выявлены и описаны лексические средства репрезентации образа Кэтрин Миддлтон в заголовках испанских СМИ, на основе анализа которых было выделено пять наиболее часто встречающихся характеристик образа Кэтрин Миддлтон в испанской прессе, а именно:

- Кэтрин Миддлтон как как стильная представительница британской монархии;
- Кэтрин Миддлтон как мать;
- Кэтрин Миддлтон как разносторонняя личность;
- Кэтрин Миддлтон как любимый член британской королевской семьи;
- Кэтрин Миддлтон как участница семейного конфликта.

Перспективой дальнейшего исследования является изучение лексических средств репрезентации образа Кэтрин на материале заголовков российских СМИ.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Азнаурова Э.С. Очерки по стилистике слова. Ташкент: Фан, 1973. 405 с.
2. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка: учеб. пособие. Ленинград: Просвещение, 1973. 304 с.
3. Арутюнова Н.Д. Образ: опыт концептуального анализа // Референция и проблемы текстообразования. 1988. С. 117–129.
4. Барабаш В.В., Сезонов Т.В. Особенности воздействия медиаобраза на аудиторию женских глянцевого журналов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. Вып. 8. С. 207–211.
5. Белоусова Ю.В. Медийный образ как средство коммуникации // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2012. Вып. 12 (26). С. 27–31.
6. Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. Психологические основы "паблик рилейшнз": учеб. пособие для вузов. 2-е изд. СПб: Питер, 2004. 208 с.
7. Богданова О.Ю. Сопоставление функциональных особенностей заглавий художественных произведений и современной публицистики (на англоязычном материале) // Ярославский педагогический вестник. 2012. Вып. 3. С. 140–143.
8. Боровицкая Е.И. Корреляция понятий «Художественный образ персонажа» и «Лингвокультурный типаж» // Научный журнал КубГАУ. 2017. Вып. 128. С. 285–298.
9. Варзапова В.Ю. Заголовок англоязычного медиатекста как объект лингвосемиотического исследования (на материале заголовков сетевых версий изданий The Telegraph и The Independent: дис ... канд. филол. наук: 10.02.04. Хабаровск, 2020. 203 с.
10. Вомперский В.П. К вопросу изучения синтаксической структуры газетного заголовка // Искусство публицистики. Проблемы теории и

мастерства: тезисы док. на республ. науч. конф.-семинаре. Алма-Ата, 1966. С. 82–85.

11. Всеволодова А.Н. Медиаобраз городов России в федеральных печатных СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. 2013. Вып. 2. С. 152–158.

12. Галинская Т.Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестник ОГУ. 2013. Вып. 11 (160). С. 91–94.

13. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка. М.: Высшая школа, 1977. 336 с.

14. Гвоздева А.В. Ценностные характеристики лингвокультурного типажа «детектив» на примере образов Шерлока Холмса и Эркюля Пуаро // Вестник ЧелГУ. 2009. Вып. 35. С. 48–51.

15. Голубев А.В., Поршнева О.С. Образ союзника в сознании российского общества в контексте мировых войн. М.: Новый хронограф, 2011. 392 с.

16. Грамота // Большой толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. 2014. URL: <http://www.gramota.ru/slovari/info/bts> (дата обращения: 25.09.2021).

17. Гринберг Т.Э. Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели // Медиаскоп [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/образ-страны-или-имидж-государства-поиск-конструктивной-модели> (дата обращения: 25.09.2022).

18. Дмитриева О.А. Лингвокультурные типажи России и Франции XIX в. Волгоград: Перемена, 2007. 307 с.

19. Добросклонская Т.Г. Медиаатекст: теория и методы изучения // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2005. Вып. 2. С. 28–35.

20. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь). М.: Флинта, 2008. 203 с.
21. Драчева Ю.Н. Понятие медиаобраза и его описание в языковедческом и неязыковедческом аспектах // Вестник Череповецкого государственного университета. 2019. Вып. 2 (89). С. 134–146.
22. Ефремова Т.В. Новый словарь русского языка. Толково-образовательный. М.: Рус. яз., 2000. 1209 с.
23. Замятин Д.Н. Геокультура: образ и его интерпретации // Вестник Евразии. 2002. Вып. 2. С. 5–17.
24. Засурский Я.Н. Колонка редактора: Медiateкст в контексте конвергенции // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2005. Вып. 2. С. 3–6.
25. Илюхина Н.А. Образ в лексико-семантическом аспекте. Самара: Самарский университет, 1998. 204 с.
26. Казак М.Ю. Язык газеты: учеб. пособие. Белгород: Дом «Белгород», 2012. 120 с.
27. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
28. Карасик В.И., Ярмахова Е.А. Лингвокультурный типаж «Английский чудак». М.: Гнозис, 2006. 240 с.
29. Каримова К.Р. Понятия "образ" и "имидж" в практике СМИ и научных исследованиях // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2019. Вып. 4 (34). С. 138–144.
30. Качаев Д.А. Социокультурный и интертекстуальный компоненты в газетных заголовках (на материале российской прессы 2000-2006 гг.): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Ростов-на-Дону, 2007. 25 с.
31. Кожина Н.А. Заглавие художественного произведения: структура, функции, типология (на материале русской прозы XIX – XX вв.): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. М., 1986. 236 с.

32. Крысько В.Г. Этнопсихология и межнациональные отношения. Курс лекций. М.: Экзамен, 2002. 448 с.
33. Кубанова А.З. Субстантивное словосочетание как единица синтаксической номинации в роли газетного заголовка: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Таганрог, 2007. 16 с.
34. Кузьмина Н.А. Современный медиатекст: учеб. пособие. 3-е изд. М.: Флинта, 2014. 416 с.
35. Куприянова О.В. Образ женщины в средствах массовой информации в контексте гармонизации российского общества: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11. Чита, 2009. 24 с.
36. Лазарева Э.А. Заголовок в газете: учеб. пособие для студентов журналистов. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1989. 96 с.
37. Лисицкая Л.Г. Прагматическая адекватность медиатекста в аспекте культуры речи. Армавир: АГПУ, 2009. 160 с.
38. Лукин В.А. Художественный текст: Основы лингвистической теории и элементы анализа. М.: Ось 89, 1999. 192 с.
39. Лукина М.М. Трансформации журналистского текста в условиях Интернет-среды // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2009. Вып. 3. С. 54–73.
40. Малышева Е.Г., Гриднев Н.А. Реконструкция медиаобраза Омска (на материале текстов регионального телевизионного массово-информационного дискурса и данных ресурса «Медialogия») // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2017. Вып. 4 (17). С. 57–61.
41. Марущак А.В. Политико-социальный образ России в американском медиапространстве // Журналистский ежегодник. 2012. Вып. 1. С. 93–96.
42. Маслова В.А. Лингвокультурология. М.: Академия, 2001. 208 с.

43. Махова А.А. Функционально-прагматический потенциал интертекстуальности в журналистском тексте: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Белгород, 2014. 216 с.
44. Морозова О.В. Речевые способы формирования образа России в российских и американских СМИ: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Саратов, 2017. 150 с.
45. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений. 4-е изд. доп. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.
46. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. М.: Вильямс, 2003. 25 с.
47. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. СПб.: Питер, 2006. 416 с.
48. Подчасов А.С. Функционально-стилистические особенности газетных заголовков (на материале российских и британских газет второй половины 1980 – 1990 годов. Синтаксический аспект): дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. М., 2001. 187 с.
49. Попов А.С. Синтаксическая структура современных газетных заглавий и её развитие // Развитие синтаксиса современного русского языка / под ред. Н.С. Поспелова, Е.А. Иванчика. М.: Наука, 1966. С. 94–126.
50. Пронина Е.С. Языковые средства формирования образа женщины-политика в англоязычной прессе: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. М., 2015. 203 с.
51. Рахматуллин Р.Ю., Семенова Э.Р., Хамзина Д.З. Понятие образа // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Вып. 12 (26). Тамбов: Грамота, 2012. С. 167–170.
52. Рожков И.Я., Кисмерешкин В.Г. Бренды и имиджи. М.: РИП-холдинг, 2006. 256 с.

53. Сабаева Ю.С. Языковая репрезентация медиаобраза Сибири в региональном просветительском радиодискурсе: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Томск, 2019. 180 с.
54. Сидорская И.В. Образ или имидж страны: что репрезентуют СМИ // ЭБ БГУ [Электронный ресурс]. URL: [http://elib.bsu.by/bitstream/1234567B9/123210/1/статья\\_Псков\\_Сидорская.pdf](http://elib.bsu.by/bitstream/1234567B9/123210/1/статья_Псков_Сидорская.pdf) (дата обращения: 25.09.2021).
55. Сметанина С.И. Медiateкст в системе культуры. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. 383 с.
56. Смирнов Д.О. Человек и культура: диалог в медиапространстве // Медиapsихология в России: проблемы и перспективы. Саратов, 2010.
57. Солганик Г.Я. К определению понятий «текст» и «медiateкст» // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. 2005. Вып. 2. С. 7–15.
58. Стеблецова А.О., Науменко Ю.Н. Заголовки английских и русских научных статей: дискурсивно-когнитивные особенности // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2019. Вып. 4. С. 161–179.
59. Сыров И.А. Функционально-семантическая классификация заглавий и их роль в организации текста // Филологические науки. 2002. Вып. 3. С. 59–68.
60. Тер-Минасова Д.И. Имидж института монархии Великобритании: дис. ... канд. культурологии: 24.00.01. М., 2007. 238 с.
61. Ушаков Д.Н. Толковый словарь русского языка. М.: ТЕРРА-книжный клуб, 2007. 752 с.
62. Федоров А.В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. М.: МОО «Информация для всех», 2014. 64 с.

63. Хазагеров Г.Г. Функции стилистических фигур газетных заголовков (по материалам «Комсомольской правды»): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Ростов-на-Дону, 1984. 159 с.
64. Чепкасов А.В. Образ - имидж - стереотип региона (к определению понятий) // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2016. Вып. 6. С. 83–92.
65. Черевко Т.С. Образ, стереотип, имидж – границы применения и модель взаимодействия // Научный журнал факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова «Меди@льманах». 2011. Вып. 6. С. 6–13.
66. Черкасова М.Н. Медиасобытие и медиаобраз с точки зрения медиалингвистики и медиакритики (на примере языка вражды) // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2010. Вып. 18 (89). С. 250–257.
67. Bell A. The language of news media. Oxford, UK: Blackwell, 1991. 277 p.
68. Bell A. Approaches to media discourse. London: Blackwell, 1996. 304 p.
69. Britannica [Электронный ресурс]. URL: <https://www.britannica.com/biography/Catherine-duchess-of-Cambridge> (дата обращения: 21.03.2022).
70. Dijk T.A. van News as discourse. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum, 1988. 200 p.
71. Fairclough N. Analysing discourse: textual analysis for social research. London, UK: Routledge, 2003. 270 p.
72. Kress G., Van Leeuwen T. Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication. London, UK: Arnold Publishers, 2001. 142 p.
73. Mardh I. Headlines: On the Grammar of English Front Page. Lund, Sweden: Liberläromedel/Gleerup, 1980. 200 p.
74. Matheson D. Media Discourses: Analysing Media Texts. Maidenhead, UK: Open University Press, 2005. 206 p.

75. The Royal Family [Электронный ресурс]. URL: <https://www.royal.uk/the-duchess-of-cambridge> (дата обращения: 21.03.2022).

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Abraham T. Tinseltown Kate: how the elegant Duchess of Cambridge dazzled on the red carpet // Daily Mail [Электронный ресурс]. 2011. URL: <https://vk.cc/cdeNiP> (дата обращения: 22.03.2022).
2. Barcelona A. Kate Middleton is the sportiest royal - 17 photos to prove it // Hello [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://vk.cc/cohE4w> (дата обращения: 16.02.2023).
3. Betts H. Prince Philip – the consummate royal wife and a great role model for Kate // The Guardian [Электронный ресурс]. 2013. URL: <https://vk.cc/cdeRTZ> (дата обращения: 24.03.2022).
4. Brennan S. Not long to go! Pregnant Kate tenderly cradles her baby bump while wrapping up her royal duties ahead of maternity leave - and William confirms she's due 'any minute now' // Daily Mail [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://vk.cc/cdeQOx> (дата обращения: 22.03.2022).
5. Cartner-Morley J. The Duchess of Cambridge: ambassador of British style, post-Brexit // The Guardian [Электронный ресурс]. 2016. URL: <https://vk.cc/cdN6jp> (дата обращения: 21.03.2022).
6. Davies C. Duchess of Cambridge exposed as photographer // The Guardian [Электронный ресурс]. 2012. URL: <https://vk.cc/cohE3J> (дата обращения: 15.02.2023).
7. Duchess of Cambridge calls for 'taboo' of mental health to be broken as she guest edits Huffington Post // The Independent [Электронный ресурс]. 2016. URL: <https://vk.cc/cdN7zt> (дата обращения: 20.03.2022).
8. Duchess of Cambridge, the reliable royal, turns 40 // The Independent [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://vk.cc/cdeRLu> (дата обращения: 25.03.2022).
9. English R. Kate's queen of the pack: The Duchess of Cambridge proudly shows off her baby bump at Windsor Castle Scouts ceremony // Daily

Mail [Электронный ресурс]. 2013. URL: <https://vk.cc/cdeRbj> (дата обращения: 22.03.2022).

10. English R. Purple princess: Kate pulls off another fashion triumph as half a million turn out in Canada (but she only has eyes for her prince) // Daily Mail [Электронный ресурс]. 2011. URL: <https://vk.cc/cdeNFZ> (дата обращения: 22.03.2022).

11. Green J. Kate Middleton leaves viewers 'speechless' with 'touching' piano performance at Westminster Abbey service - and fans say she is 'just like Diana' after late royal surprised guests in 1988 with her musical talents // Daily Mail [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://vk.cc/cohE4m> (дата обращения: 11.02.2023).

12. Hall L. PICTURE PERFECT Kate Middleton's 40th birthday portraits reveal she's 'confident' in her role of future Queen, says body language expert // The Sun [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://vk.cc/cdeS7h> (дата обращения: 23.03.2022).

13. Harisha Y. DUCHESS OF GAMEBRIDGE How Kate Middleton is up for every sport throne at her, from cricket and hockey to racing Jessica Ennis-Hill // The Sun [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://vk.cc/cohE4H> (дата обращения: 20.02.2023).

14. Hawken L. HEIR THIS Kate Middleton shares VERY relatable mum fail after her sweet gesture for Prince George ended in disaster // The Sun [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://vk.cc/cdN6AC> (дата обращения: 21.03.2022).

15. Javed S. DUCHESS OF CAMBRIDGE ATTENDS FINAL DAY OF WIMBLEDON WITH HER FATHER // The Independent [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://vk.cc/cohDwE> (дата обращения: 18.02.2023).

16. Jones J. Kate Middleton is rightly honoured for her photographs – they are full of love // The Guardian [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://vk.cc/cdN7oF> (дата обращения: 20.03.2022).

17. Jones T. Duke and Duchess of Cambridge to take royal train tour to thank key workers for help during pandemic // The Independent [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://vk.cc/cdYktO> (дата обращения: 20.03.2022).

18. Jones T. Kate becomes patron of organisation working to support mental health of mothers // The Independent [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://vk.cc/cdYjZC> (дата обращения: 20.03.2022).

19. Keane D. SERVICE WITH A SMILE: Smiling Kate Middleton enjoys Wimbledon final with Prince William after coming out of self-isolation as Ash Barty wins // The Sun [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://vk.cc/cohE56> (дата обращения: 13.02.2023).

20. Linning S. Beaming Kate gazes lovingly at sleeping Prince Louis as she and William attend his christening in their first appearance as a family of five (but the Queen misses big day) // Daily Mail [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://vk.cc/cdN6r5> (дата обращения: 21.03.2022).

21. Linning S. Duchess of Cambridge Kate talks tackling addiction at charity event // Daily Mail [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://vk.cc/cdYkOL> (дата обращения: 20.03.2022).

22. Marriott H. Duchess of Cambridge embodies appropriateness with lower hemlines // The Guardian [Электронный ресурс]. 2014. URL: <https://vk.cc/cdeOdV> (дата обращения: 24.03.2022).

23. Nicholl K. Looks like someone's feeling broody, Kate! Duchess of Cambridge more interested in youngsters as Prince William takes part in his first Trooping the Colour // Daily Mail [Электронный ресурс]. 2011. URL: <https://vk.cc/cdeRjE> (дата обращения: 22.03.2022).

24. Oppenheim M. Kate Middleton: Duchess of Cambridge is Vogue cover star for magazine's 100th anniversary edition // The Independent [Электронный ресурс]. 2016. URL: <https://vk.cc/cdN6ab> (дата обращения: 21.03.2022).

25. Parkinson H.J. Kate's forest bathing, Harry's meditating – wellness is a right royal fad // The Guardian [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://vk.cc/cdN755> (дата обращения: 21.03.2022).

26. Pemberton B. HER CROWN JEWELS Pilates, planks and special pumps – how Kate Middleton really gets those jaw dropping legs // The Sun [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://vk.cc/cdN7gx> (дата обращения: 20.03.2022).

27. Pemberton B. HER CROWN JEWELS Pilates, planks and special pumps – how Kate Middleton really gets those jaw dropping legs // The Sun [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://vk.cc/cohDmy> (дата обращения: 11.02.2023).

28. Tooth R. Duchess of Cambridge continues royal enthusiasm for photography // The Guardian [Электронный ресурс]. 2012. URL: <https://vk.cc/cohE4a> (дата обращения: 17.02.2023).

29. Weston T., Howard H., Robinson M., Terry K. ‘Thanks for keeping us all safe’: Kate and William pay emotional tribute to the world’s doctors and nurses as they visit Jamaican hospital and maternity ward on their Jubilee Tour of the Caribbean // Daily Mail [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://vk.cc/cdYkoD> (дата обращения: 20.03.2022).

30. Young S. DUCHESS OF CAMBRIDGE DONATES SEVEN INCHES OF HER OWN HAIR HELP MAKE WIGS FOR CHILDREN WITH CANCER // The Independent [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://vk.cc/cdYkzl> (дата обращения: 20.03.2022).

31. Aldaz C. Semejanzas y diferencias entre los armarios de las royals más cool: Letizia y Kate // El Mundo [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://vk.cc/cohE5K> (дата обращения: 15.02.2023).

32. Así fue el primer embarazo de Kate Middleton // El Mundo [Электронный ресурс]. 2014. URL: <https://vk.cc/cohE5Y> (дата обращения: 22.02.2023).

33. Diez motivos por los que somos fans de Kate Middleton // El Mundo [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://vk.cc/cohEd9> (дата обращения: 17.02.2023).
34. Dorado A. Se revela el tenso episodio que vivió Kate Middleton con los duques de Sussex tras la muerte de Isabel II // Hola [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://vk.cc/cohEf0> (дата обращения: 17.02.2023).
35. Fernando Romo L. Duques de Cambridge: del "qué buena está Kate" a la guerra contra Meghan // El Mundo [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://vk.cc/cohEg9> (дата обращения: 19.02.2023).
36. Font C. Kate Middleton cumple 40 años con su popularidad en lo más alto // El Mundo [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://vk.cc/cohEcR> (дата обращения: 15.02.2023).
37. Fresneda C. Kate Middleton da a luz a una niña // El Mundo [Электронный ресурс]. 2015. URL: <https://vk.cc/cohEbn> (дата обращения: 18.02.2023).
38. Fresneda C. Y de nuevo Kate Middleton vuelve a ser la más popular de la familia real (por encima de su marido y del propio rey Carlos) // El Mundo [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://vk.cc/cohEd1> (дата обращения: 11.02.2023).
39. Galaz M. Guillermo y Kate esperan un bebé // El Pais [Электронный ресурс]. 2012. URL: <https://vk.cc/cohEbD> (дата обращения: 20.02.2023).
40. Galaz M. La nueva Diana se llama Kate // El Pais [Электронный ресурс]. 2007. URL: <https://vk.cc/cohEdJ> (дата обращения: 17.02.2023).
41. Guillermo y Kate Middleton: papás reales, papás normales // El Mundo [Электронный ресурс]. 2015. URL: <https://vk.cc/cohEcx> (дата обращения: 11.02.2023).
42. Kate Middleton acapara todas las miradas en Wimbledon con un vestido blanco de Alexander McQueen // El Mundo [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://vk.cc/cohE5f> (дата обращения: 11.02.2023).

43. Kate Middleton cumple años por primera vez como princesa de Gales y rodeada por la polémica familiar // Hola [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://vk.cc/cohEfy> (дата обращения: 12.02.2023).

44. KATE MIDDLETON LLEGA A LOS CUARENTA AÑOS CONVERTIDA EN LA VERDADERA JOYA DE LA CORONA BRITÁNICA // Hola [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://vk.cc/cohEdw> (дата обращения: 20.02.2023).

45. Kate Middleton sorprende con su talento para tocar el piano // El Mundo [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://vk.cc/cohEeO> (дата обращения: 15.02.2023).

46. Kate Middleton y Meghan Markle: todo sobre el enorme conflicto entre cuñadas // Pronto [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://vk.cc/cohEgA> (дата обращения: 13.02.2023).

47. La mujer perfecta se llama Kate Middleton // El Mundo [Электронный ресурс]. 2015. URL: <https://vk.cc/cohEdn> (дата обращения: 16.02.2023).

48. Las fotografías familiares de Kate Middleton, premiadas // El Mundo [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://vk.cc/cohEeH> (дата обращения: 16.02.2023).

49. Las reinas del estilo: Letizia vs. Kate Middleton // El Mundo [Электронный ресурс]. 2014. URL: <https://vk.cc/coZaU0> (дата обращения: 22.02.2023).

50. Madre del 'bebé real', el nuevo papel de Catalina // El Mundo [Электронный ресурс]. 2013. URL: <https://vk.cc/cohEbL> (дата обращения: 15.02.2023).

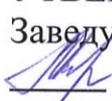
51. Morales Polanco A. Kate Middleton, fotógrafa por afición // El Pais [Электронный ресурс]. 2016. URL: <https://vk.cc/cohEex> (дата обращения: 11.02.2023).

52. Muñoz A. El último paso de Meghan y Harry en su ruptura total con Guillermo y Kate // El Mundo [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://vk.cc/cohEgp> (дата обращения: 20.02.2023).
53. ¡Orgullo de madre! Kate Middleton no se pierde un partido de rugby de George // Hola [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://vk.cc/cohEbZ> (дата обращения: 17.02.2023).
54. Porcel M. Sorpresa en la cancha: Kate Middleton y Emma Raducanu, compañeras en un partido de tenis doble // El Pais [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://vk.cc/cohEer> (дата обращения: 12.02.2023).
55. Rodríguez C. Guillermo y Catalina, fieles al tenis // El Mundo [Электронный ресурс]. 2015. URL: <https://vk.cc/cohEem> (дата обращения: 22.03.2023).
56. Rodríguez C. Meghan Markle y el príncipe Harry se mudan, ¿por sus encontronazos con Kate Middleton? // El Mundo [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://vk.cc/cohEfu> (дата обращения: 18.02.2023).
57. Safont N. Sabemos por qué Kate Middleton es fan de la máquina de 'spinning' // Hola [Электронный ресурс]. 2023. URL: <https://vk.cc/cohEeb> (дата обращения: 13.02.2023).
58. Sierra C. Efecto Kate Middleton: El vestido de su aniversario de boda se agota en menos de un día // La Vanguardia [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://vk.cc/cohE5G> (дата обращения: 16.02.2023).
59. Sierra C. Kate Middleton cumple 40: los looks que la han convertido en la 'royal' más estilosa // La Vanguardia [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://vk.cc/cohE5C> (дата обращения: 14.02.2023)
60. Sierra C. Kate Middleton estrena un blazer de Zara que puedes comprar rebajado // La Vanguardia [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://vk.cc/cohE5j> (дата обращения: 12.02.2023).
61. Torres M. ¡Más unidos que nunca! Kate y Guillermo, a juego con sus hijos en el tradicional concierto de villancicos // Hola [Электронный ресурс]. 2022. URL: <https://vk.cc/cohEсq> (дата обращения: 14.02.2023).

62. Urreta E. Kate Middleton cumple 37 años convertida en la royal más popular // El Mundo [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://vk.cc/cohEcJ> (дата обращения: 12.02.2023).

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра теории германских и романских языков и прикладной лингвистики

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
 О.В. Магировская

« 11 » июня 2023 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

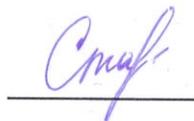
**ОБРАЗ КЭТРИН МИДДЛТОН В ЗАГОЛОВКАХ  
БРИТАНСКИХ И ИСПАНСКИХ СМИ**

Научный руководитель



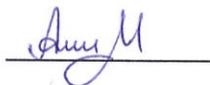
канд. филол. наук,  
доц. Ю.И. Детинко

Выпускник



Е.А. Старцева

Нормоконтролер



М.В. Аспатурян

Красноярск 2023