

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ТГЯиМКК
_____ О.В. Магировская

« ____ » _____ 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ИМИДЖЕВЫХ ХАРАКТЕРИСТИК
МОНАРХА В БРИТАНСКОМ КИНОДИСКУРСЕ**

Выпускник

Е.А. Цымбалова

Научный руководитель

д-р филол. наук,
зав. каф. ТГЯиМКК
О.В. Магировская

Красноярск 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

Проблема формирования имиджа политического лидера в настоящее время достаточно актуальна. Все больше работ отечественных и зарубежных ученых посвящается практическому использованию имиджа человека, организации или страны. В них выявляются основные компоненты (составляющие) имиджа, позволяющие в дальнейшем применять данное знание в целях создания желаемого образа и привлечения потребителя (для рекламных продуктов, организаций и др.), более широкой аудитории (для конкретных знаменитых личностей), т. д. Для того, чтобы создать политический имидж, необходимо понимать структуру любого имиджа, а также его детали. Для этого важным является владение знаниями в области имиджеологии, социологии и лингвистики.

Актуальность данного исследования обусловлена, прежде всего, тем, что имидж политиков вызывает научный интерес в различных сферах исследования, в частности, в лингвистической. Не менее актуален вопрос об имиджеобразующих характеристиках, которые позволяют создать имидж политика.

Объектом данного исследования являются имиджевые характеристики монарха Великобритании, представленные в современном британском кинодискурсе.

Предметом данного исследования выступают вербальные и невербальные средства, репрезентирующие имиджевые характеристики монарха Великобритании в британском кинодискурсе.

Целью данного исследования являются выявление и анализ имиджеобразующих характеристик монарха Великобритании в их репрезентации в британском кинодискурсе.

Достижение поставленной цели предполагает постановку и решение следующих **задач**:

- 1) рассмотреть понятие имиджа и специфику процесса его формирования;
- 2) систематизировать понятия, терминологические смежные с понятием имиджа (образ, языковая личность, речевой портрет);
- 3) описать специфику кинодискурса как дискурсивного пространства формирования имиджа;
- 4) выявить и проанализировать систему вербальных и невербальных средств, формирующих имидж монарха Великобритании в современном британском кинодискурсе;
- 5) описать формируемый имидж монарха на основании выявленных имиджеформирующих черт.

Методами исследования выступают методы дефиниционного анализа, предполагающего опору на словарные определения для анализа отдельных вербальных средств, контекстуального анализа, позволяющего выявлять смысл имиджеформирующих вербальных и невербальных знаков в их функционировании в общем дискурсивном пространстве, метода сплошной выборки как метода отбора контекстов для дальнейшего анализа.

Материалом для данного исследования послужили художественные фильмы о жизни короля Соединенного королевства Великобритании и Северной Ирландии Генриха VIII и королевы Елизаветы I: «*Henry VIII*» британского режиссера Пита Трэвиса (2003), «*The Golden Age*» британского продюсера Майкла Хёрста (2007).

Практическая значимость данного исследования заключается в возможности использования материалов и выводов для практических занятий по теории межкультурной коммуникации и страноведения Великобритании, занятий по практическому курсу английского языка, написания рефератов и курсовых работ.

Композиционно выпускная квалификационная работа состоит из введения, 2-х глав, завершающихся краткими выводами, заключения и списка использованной литературы.

Во Введении определяется актуальность, формулируются цели и задачи, описываются метод и материал исследования, а также его структура.

В Главе I «**Британский кинодискурс как дискурсивная платформа для создания имиджа монарха**» рассматриваются вопросы, связанные с определением имиджа, его терминологическими синонимами, а также описывается специфика кинодискурса как одного из дискурсивных пространств формирования имиджа.

В Главе II «**Репрезентация имиджа монарха в британском кинодискурсе**» анализируются имиджеформирующие характеристики монархов Великобритании в британском кинодискурсе.

В **Заключении** делаются выводы и формулируются перспективы дальнейшего исследования.

Список использованной литературы включает в себя 61 наименование научных трудов, составляющих теоретико-методологическую базу исследования, 6 из них на английском языке.

ГЛАВА I. БРИТАНСКИЙ КИНОДИСКУРС КАК ДИСКУРСИВНАЯ ПЛАТФОРМА ДЛЯ СОЗДАНИЯ ИМИДЖА МОНАРХА

1.1. Понятие имиджа в современной гуманитарной науке

Понятие «имидж» становится все более популярным в современной гуманитарной науке.

Термин «имидж» (от лат. *imago*) использовалось еще в трудах философа древнего Китая Конфуция.

На современном этапе развития науки существует множество определений понятия «имидж». Данный термин начал активно использоваться примерно с середины 90-х годов прошлого века [Петрова, 2003]. Изначально он употреблялся в основном в политологической области в контексте «имидж политика». На современном этапе развития термин также используется применительно к иным объектам. Однако некоторые авторы полагают, что «имидж» соотносим только с личностью. Это связано с тем временем, когда имидж ассоциировали с качествами, имеющими отношение к людям [Панасюк, 2001]. «Имидж – знаковый заменитель, отражающий основные черты сложного и углубленного портрета человека» [Карасик, 2002].

Понятие «имидж» широко используется в различных областях знаний. По объему и содержанию оно является междисциплинарным. Имидж изучается такими дисциплинами, как психология, социология, журналистика и лингвистика.

Имидж означает устойчивое представление о личности, которое возникает в массовом сознании в результате восприятия определенных вербальных и визуальных характеристик этого человека.

Образ, создающийся в сознании человека в результате восприятия каких-либо характеристик конкретной личности, обозначает термин «имидж».

По В.М. Шепелю, «имидж» определяется как «индивидуальный облик или ореол, созданный средствами массовой информации, социальными группами или личными усилиями индивида в целях привлечения к себе внимания [Шепель, 2002].

Имидж передает совокупность внешних характеристик личности, следовательно, благодаря таким характеристикам, воспринимаются все внутренние качества человека [Тер-Минасова, 2012]. На особенностях речи, предпочтениях, внешности личности, увлечениях, и соответственно на манерах человека создается персональный имидж. Имидж может быть позитивным и негативным, контролируемым и неконтролируемым, текущим и желаемым. Неконтролируемый имидж, как правило, сформировывается по причине каких-либо событий. Текущий имидж формируется на основе той информации, которая доступна для общества и зависит от того, что известно о человеке, чей имидж рассматривается. Желаемый имидж показывает, к чему стремится носитель имиджа [Там же, 2012].

«Имидж» – это категория, универсально применимая к любому объекту: человеку (личностный имидж), организации (корпоративный имидж), социальной позиции (имидж политика), профессии (имидж преподавателя, юриста и пр.), образованию (имидж выпускника университета, колледжа или лицея).

В психологии имидж представляет собой целостное видение конкретного социального объекта, построенное на базе его стереотипизированного восприятия, эмоционально окрашенный схематизированный образ этого объекта, представленный в сознании его социальной среды [Психологический словарь]. Тема имиджа раскрывается в работах, в которых изучается, прежде всего, массовая коммуникация,

установка массового сознания, ментальность народа, политической идеологии, а также в исследованиях политических систем и режимов.

«Если в психологии феномен имиджа выступает средством индивидуализации личности, то социология изучает, прежде всего, собирательный имидж социальных групп, социальных институтов. Часто феномен имиджа рассматривается в парадигме социологии управления» [Сухина, 2003].

Создание имиджа говорящего изучается лингвистами уже много лет. Имидж трактуется многими смежными науками, среди которых социолингвистика, психолингвистика, прагмалингвистика, этнолингвистика и другие, каждая наука имеет анропоцентрический подход, в котором человеческий фактор является главным. Интерес исследователей стал обращаться к личностным характеристика человека, влияющие на процессы речепроизводства и речевосприятия.

Имидж транслирует информацию о человеке при помощи целенаправленно созданных и имеющих характер стереотипа эмоционально-окрашенных образов, учитывая все психологические и социальные аспекты восприятия одним человеком другого. Являясь важным средством коммуникации и представляя собой эффективный тип сообщения, имидж направлен на создание у адресата определенного ценностного отношения к объекту. Следовательно, ориентируясь на оценку человека, его качеств, достоинств и недостатков, формирование оценки выступает основополагающим приёмом создания имиджа [Володарская, 2006].

Имидж, являясь объектом изучения разных научных дисциплин, нуждается в рассмотрении с позиции лингвистики. Суть лингвистических исследований проблематики имиджа состоит не только в изучении самого понятия, структуры, составляющих его компонентов, но и в изучении вопросов использования разнообразных языковых средств воздействия на потребителя информации. В широком смысле под имиджем понимается распространенное представление о совокупности естественных и специально

сформированных свойств субъекта. В узком данное понятие трактуется как сознательно сформированный образ субъекта, наделяющий последнего дополнительными ценностями и дающий возможность продуцировать те впечатления о субъекте, отношения к нему и его оценки, которые обеспечивают эффективность его жизнедеятельности и оптимальный при данных условиях уровень качества жизни [Константина, 2011].

Из определений имиджа разных авторов следует, что имидж включает в себя набор совершенно разнообразных факторов (среди которых впечатления, стиль, форма поведения, символический образ, значения), играющих роль в процессе общения и взаимодействия с другими людьми. Следовательно, имидж необходим человеку в первую очередь для эффективного общения и взаимодействия. Имидж формируется для другого или для других с целью трансляции характеристик своего образа, облика [Горчакова, 2011].

Согласно традиционной классификации, имидж может быть вербальным и невербальным. К вербальным средствам выражения имиджа относятся публичные выступления, цитаты, идиомы, афоризмы, анекдоты, язык средств массовой информации. К невербальным средствам выражения имиджа относятся портреты и фотографии, внешний облик человека, официальная символика, одежда и аксессуары, а также мимика и жесты [Тер-Минасова, 2012]. Помимо языковых средств и визуальных, существует контекстный компонент, под ним предполагаются историческая ситуация, окружающая среда, хобби, а также круг общения человека.

Наиболее эффективным способом для формирования имиджа является звучащая речь [Фрейдина, 2005]. Другим эффективным способом создания имиджа является его воздействие на подсознание реципиента, чтобы возникали определенные (как положительные, так и отрицательные) ассоциации, связанные с носителем имиджа. Для усиления имиджа определенной личности возможно использование имиджа других людей. Так, например, в королевских дворцах есть картинные галереи, которые бывают

периодически открыты для населения. Посетители, рассматривая портреты монархов, правивших ранее, переносят присущие им черты на действующего монарха [Тер-Минасова, 2012].

Имидж объединяет в себе такие категории, как эмоциональное/когнитивное, осознаваемое/неосознаваемое, представляет собой сложную многоплановую структуру, абсолютно контролировать которую невозможно [Почепцов, 2001].

Таким образом, имидж – достаточно сложный феномен, включающий такие разнородные и разнонаправленные факторы его создания, как визуальное, вербальное, контекстное и событийное. Имидж формируется посредством упорядоченной системы символов. Имидж – это динамическая система внутренних черт и качеств (личностных и профессиональных) и их внешних проявлений, являющихся основанием свойственных только данному человеку образцов поведения в различных ситуациях, направленных на привлечение к себе внимания и обеспечивающих максимальную результативность в решении личностных и профессиональных задач.

1.2. Имидж в ряду смежных терминологических понятий

Анализ научных трудов по теме исследования позволяет утверждать, что в лингвистической литературе наряду с термином «имидж» часто употребляются термины «образ», «речевой портрет», «языковая личность», «лингвокультурологический типаж».

Понятие «образ» является лексической единицей, вербализующая концепт, выступающий, подобно другим концептам, «условным конструктом нашего сознания, с помощью которого возможно познание чего-то существенного» [Колесов, 2002]. У понятия «образ» имеется множество значений, выделяется множество значений, которые, исходя из представлений об образе как концептуальном инварианте всех употреблений данного слова можно свести к двум основным понятиям, подчеркнув у него

значение «образ человека» и значение «образ окружающего человека мира» [Чернова, 2014]. Такой подход строится на основе антропоцентрического принципа описания языкового материала.

Анализ толкований в словаре иностранных слов показал, что понятие «имидж» означает целенаправленный и формируемый образ какого-либо лица, предмета или явления, призванный оказать эмоциональные и психологическое воздействие [Васюкова, 1998]. Таким образом, «образ» – это упрощенное внешнее отражение внутренней сущности человека. Имидж отличается от образа тем, что имидж конструируется сознательно, в то время как образ создается спонтанно [Шестопал, 2008: 12-13].

Существует несколько понятий термина образ. Образ человека (политика, учителя, студента и т. д.) является совокупностью субъективно окрашенных и ассоциативно связанных не процессуальных (например, внешность, одежда, социальное происхождение, система ценностей, пристрастия и желания) а также процессуальных (например, деятельность, модель поведения и образ жизни) характеристик человека или литературного персонажа, формирующихся в сознании другого лица, группы лиц или поколения посредством восприятия, памяти и воображения и получающих отражение в языковых формах [Чернова, 2014]

Под образом окружающего мира понимается совокупность субъективно окрашенных и ассоциативно связанных характеристик живых существ, а также неодушевленных предметов и явлений окружающего мира, которые формируются в сознании человека, группы лиц или поколения посредством восприятия, памяти и воображения и получающих отражение в языковых формах по аналогии с образом человека [Там же, 2014].

Понятие «образ» как самостоятельная лексическая единица весьма редко используется в живой речи для номинации образа как целостного образования. Это объясняется, прежде всего, тем, что «образ синтетичен, он создается комплексным восприятием действительности, в котором ведущими являются зрительные впечатления» [Арутюнова, 1999: 32]. Н. Д. Арутюнова,

рассматривая образ как семиотический концепт, указывает также и на несформированность его значения [Там же, 32].

В культурологическом словаре термин «образ» – это «возникающим как результат запечатления одного объекта в другом, выступающем в качестве воспринимающей формации – духовной или физической. Образ есть претворение первичного бытия в бытие вторичное, отраженное и заключенное в чувственно доступную форму» [Культурологическая энциклопедия].

В психологическом словаре «образ» – это чувственная форма психического явления, имеющая в идеальном плане пространственную организацию и временную динамику. Оставаясь всегда чувственным по форме, образ по своему содержанию может быть как чувственным (образ восприятия, образ представления, образ сновидения и т.д.), так и рациональным (образ атома, образ мира, образ войны и др.) [Психологический словарь].

В философском словаре под образом понимается «форма отражения объекта в сознании человека. На чувственной ступени познания образами являются ощущения, восприятия и представления, на уровне мышления – понятия, суждения, концепты, теории. Образ объективен по своему источнику – отражаемому объекту – и идеален по способу (форме) своего существования. Формой воплощения образа выступают практические действия, язык, различные знаковые модели. Специфической формой образа является художественный образ» [Философский энциклопедический словарь].

Термин «образ» лежит в основе имиджа как наглядного представления или образа, как символической системы. Оба понятия «имидж» и «образ» проходят через три слоя восприятия. Некоторые ученые рассматривают имидж как образ и отмечают, что определенный образ попадает к другому через восприятие. В.А. Петровский отмечает, что в образе восприятия выделяются три слоя: «Первый слой – «чувственные впечатления»:

ощущения, доставляемые органами чувств и образующие то, что иногда называют «чувственной тканью сознания». Второй слой – это «значения», приписываемые воспринимаемому объекту, запечатленные в общественном или индивидуальном опыте идеальные «меры» воспринимаемых вещей, общественно-обусловленные категории сортировки элементов чувственного опыта. Они неотделимы от соответствующих знаков – в человеческом обществе преимущественно языковых. Третий слой – «смыслы», определяющие место воспринимаемого объекта в человеческой деятельности, шире – в его жизни» [Петровский, 1992]. По мнению В.А. Петровского, в ходе восприятия человек не только приобретает единство ощущений, но и категоризует данные и осмысливает их. В ходе восприятия вырабатываются понимание, личное отношение, и оценка [Там же, 1992].

Речевой портрет также определяется как «совокупность языковых и речевых характеристик коммуникативной личности или определённого социума в отдельно взятый период существования». В речевом портрете выделяются такие характеристики человека, как возрастные, гендерные, психологические, социальные, этнокультурные и лингвистические.

Анализ речевого портreta – это характеристика разных уровней реализации языковой личности, среди которых одним из главных аспектов являются фонетические особенности, в особенности, интонационные характеристики личности: темп речи, ее мелодика, способ паузирования и выделения слов, которые несут смысловую и экспрессивную нагрузку.

Составной частью имиджа человека является голос. Он помогает созданию впечатления о личности благодаря воздействию индивидуальных характеристик качества и диапазона голоса, его громкости и мелодичности, а также эмоционального состояния говорящего, нормативности речи, возможных дефектов, влияющих на артикуляцию, и ряда других факторов [Бабушкина, 2012].

Оценка человека другими людьми обусловлено также социальными стереотипами речевого общения. Тем не менее, знание этих объективных

связей может существенно облегчить процесс коммуникации как на родном, так и на иностранном языках.

Основоположник понятий речевого и фонетического портрета личности М.В. Панов описал произношение политиков, ученых, исследователей и писателей прошлого века [Там же, 2012].

В своей модели для создания речевого портрета ученый опирался на социальные характеристики людей, такие как принадлежность к определенному социальному слою, наличие в речи диалектных особенностей, например, возраст и профессию. Несмотря на то, что каждый из портретов представлял манеру произношения конкретного человека, он объединял в себе индивидуальные и коллективные свойства, поскольку был отражением речи определенной социальной среды (театральной, поэтической, бытовой, политической и т.п.) [Там же, 2012].

М.В. Китайгородская и Н.Н. Розанова при изучении речевого портрета рассмотрели произносительные особенности индивидуумов, опираясь на фонозаписи речи, в которой проявились характерные черты, отражающие речевую индивидуальность. Авторы описали речевые пристрастия личности относительно выбора орфоэпического варианта, в фонетическом эллипсисе, в выборе приемов акцентного выделения [Китайгородская, Розанова, 1995].

Фонетические характеристики речи конкретного человека отражают индивидуальные характеристики, содержащиеся в его речевом портрете, а также включают в себя возрастные, гендерные, психологические, социальные, этнокультурные и языковые особенности индивидуума. Результаты многочисленных экспериментов, проведенных британскими социолингвистами, показывают, что значительная часть информации о личности говорящего зависит от восприятия его акцента [Бабушкина, 2012].

Социолингвистические особенности в речи обнаруживаются в основном только на фоне региональных особенностей. Это доказывает первичность региональных черт относительно социальных особенностей произношения, и в целом демонстрирует тесную связь социальных

характеристик речи с территориальными. По мнению исследователей, несмотря на то что территориальные особенности произношения являются общими практически для всех носителей языка, чем выше социальный статус и уровень говорящего, тем меньше региональных черт в его речи [Там же, 2012].

Для речи более характерно единство, однонаправленность действия мелодики и динамики с ведущей ролью тонального компонента. Фонетическая природа тембра голосов, связанная с социально установленным артикуляционным укладом жителей различных районов Англии, раскрывается через распределение энергии спектра, общего количества энергии, потраченной в единицу времени, а также других показателей. Временные характеристики региональной речи оказываются в большей степени подверженными факторам индивидуального варьирования и с трудом поддаются обобщению, в отличие от мелодического и динамического компонентов. За исключением некоторых факторов, связанных с социальным статусом говорящих, включая их профессиональный уровень, пол, возраст, а также этническую принадлежность, а также стилистическое различие, темп речи носителей британских социально-территориальных типах произношения находится в пределах нормы и не служит основой для их противопоставления. Обладание таким определенным социальным классом как ограниченная группа людей, наряду с включенностью в определенную социальную сеть с иерархией связей внутри и вне ее, оказывают существенное влияние на формирование типа речевого поведения [Бабушкина, 2012].

По мнению Т.И. Шевченко, «...социальная дифференциация произношения отражает социальную дифференцию в обществе» [Шевченко, 2011: 216]. В свою очередь, тип произношения ассоциируется с образом жизни людей, которым он принадлежит, поэтому акцент имеет ценность как символ класса.

Социальное и региональное в просодических характеристиках речи отдельных групп говорящих неразрывно связаны, и представляется возможным рассматривать мелодику, динамику, темп, ритм и тембр речи как средства социально-территориальной идентификации говорящих. В своем речевом поведении каждый говорящий, руководствуясь целью – быть понятым, фокусируется на коммуникативном сотрудничестве с адресатом своей речи, на поиске таких форм общения, которые были бы наиболее эффективны для взаимопонимания [Бабушкина, 2012].

Речевой портрет – это воплощенная в речи языковая личность, объединенная с другими личностями в одну социальную общность (национальную, профессиональную и т.п.) [Там же, 2012].

С 90-х гг. XX в. понятие «языковая личность» «...становится стержневым системообразующим филологическим понятием. Большинством исследователей в настоящее время оно оценивается как интегративное, послужившее началом нового этапа в развитии языкознания – антрополингвистики» [Кочеткова, 1996: 15]. Широко распространенное использование нового термина связывается учеными с его синтезирующим характером, отражающим междисциплинарность современных исследований человека, интеграцию гуманитарных наук, а внутри лингвистики – интеграцию различных ее областей при изучении рассматриваемого явления.

Понятие «языковая личность» претерпевало изменения с момента появления, поэтому отмечается существование разных толкований данного термина.

По И.А. Бодуэн де Куртенэ, языковая личность рассматривается «как вместилище социально-языковых форм и норм коллектива, как фокус смещения и смещения разных социально-языковых категорий» [Виноградов; цит. по: Бодуэн де Куртенэ, 1980: 61].

Ю.Н. Карапулов, являющийся основоположником теории языковой личности, трактует языковую личность как «совокупность способностей и характеристик человека, обусловливающих создание и восприятие им

речевых произведений (текстов), которые различаются: а) степенью структурно-языковой сложности; б) глубиной и точностью отражения действительности; в) определенной целевой направленностью» [Караулов, 1987: 132]. В этом определении способности человека соединены с особенностями производимых им текстов.

Г.И. Богин рассматривает языковую личность как центральное понятие лингводидактики: «Центральным понятием лингводидактики является языковая личность – человек, рассматриваемый с точки зрения его готовности производить речевые поступки. <...> Языковая личность – тот, кто присваивает язык, то есть тот, для кого язык есть речь. Языковая личность характеризуется не столько тем, что она знает о языке, сколько тем, что она может с языком делать» [Богин, 1984: 3].

Термин «лингвокультурный типаж» также связан с понятием имидж. В то время как имидж подразумевает под собой устойчивое представление о личности, которое возникает в массовом сознании в результате восприятия определенных характеристик данной личности, лингвокультурный типаж понимается как обобщенный образ представителя определенной этносоциальной группы, узнаваемый по специфическим особенностям верbalного и невербального поведения и выводимой ценностной ориентации [Карасик, Слышкин, 2015].

Лингвокультурный типаж на ассоциативно-образном уровне представляет собой совокупность признаков, за которыми обнаруживается узнаваемый образ конкретного человека. Однако, он также проявляет черты, характерные для социальной группы, являющейся основой данного типажа. Обе эти стороны, а именно, живая индивидуальность и узнаваемость определенного типажа, одинаково важны. Постоянные черты, присущие тому или иному типу личности, являются объективными признаками типажа. В свою очередь, черты, которые связаны с индивидуальными особенностями, которым противопоставляются конкретные типажи, ассоциативно связаны с большинством носителей лингвокультуры с одной личностью или с

небольшой группой лиц [Мурзинова, 2009]. Среди лингвокультурных типажей можно выделить концепт личности различных социальных групп, в том числе политиков и монархов.

Таким образом, смежный с имиджем термин – «образ» – в целом является синонимом, однако имидж отличается от образа тем, что он конструируется сознательно, а образ создается в процессе восприятия. «Речевой портрет», «языковая личность» и «лингвокультурный типаж» являются неотъемлемыми составляющими имиджа.

1.3. Кинодискурс как особый способ репрезентации и формирования имиджа

1.3.1. Поликодовая специфика кинодискурса

В настоящее время киноискусство занимает значительную часть культуры многих стран и является одним из наиболее влиятельных средств массовой коммуникации. Современная кинематография занимает одно из первых мест по степени воздействия на аудиторию. Людям сейчас легче воспринимать фильм аудиовизуально, чем прочитать книгу. Большая часть информации, которая раньше передавалась через печатные тексты, в наше время всё чаще приобретает кинематографическую форму [Алоборова, 2013: 14].

В лингвистике язык кинофильма рассматривается как особая разновидность текста. В научной литературе используются такие понятия, как «кинодискурс», «кинотекст», «кинодиалог» [Там же, 2013].

Кинотекст выступает составляющей кинодискурса и выполняет значимую роль в передаче замысла коллективного автора. Разновидностями кинотекста как родового понятия служат жанры киноповести, киноромана, киноновеллы, а важной частью кинотекста является кинодиалог, с помощью которого создаются кинообразы произведения [Нелюбина, 2014].

В некоторых исследованиях понятие «кинотекст» переходит до понятия «кинодиалог». Кинодискурс определяется В.Е. Горшковой как «верbalный компонент художественного фильма, смысловая завершённость которого обеспечивается аудиовизуальным (звукозрительным) рядом в общем дискурсе фильма» [Горшкова 2006: 78]. Следовательно, кинодиалог, а также кинотекст представляют собой неотъемлемый языковой элемент кинодискурса, в рамках которого языковыми средствами передается определенное количество информации, релевантное для реконструкции интерпретатором общего смысла кинопроизведения, и для адекватной имплицитной и эксплицитной характеристизации представленной в рамках киноленты персонажей.

Кинодискурс также понимается как процесс воспроизведения и восприятия фильма, смысл которого складывается при взаимном влиянии нескольких семиотических систем. В кинодискурс входят участники коммуникации, время и пространство их взаимодействия, их когнитивный багаж, пространство и время, в котором протекает взаимодействие.

Под кинодискурсом часто понимается связный текст, являющийся верbalным компонентом фильма, в совокупности с невербальными компонентами - аудиовизуальным рядом этого фильма и другими значимыми для смысловой завершенности фильма экстралингвистическими факторами, то есть креолизованное образование, обладающее свойствами целостности, связности, информативности, коммуникативно-прагматической направленности, медийности и созданное коллективно дифференцированным автором для просмотра кинозрителем сообщения [Зарецкая, 2010: 32]. На первый план выдвигаются именно экстралингвистические факторы: культурно-исторические фоновые знания адресата, экстралингвистический контекст - обстановка, время и место, к которым относится фильм, различные невербальные средства: рисунки, жесты, мимика, которые важны при создании и восприятии кинофильма и прочее [Самкова, 2011].

По мнению М.А. Ефремовой и Г.Г. Слышкина, кинотекст выступает как «постановочный кинофильм или, в наивной классификации, художественный фильм, за исключением тех случаев, когда особо оговорено, что речь идёт о любом виде кинотекста» [Слышкин, 2004: 21-22]. При этом кинодискурс определяется как постановочный кинофильм, состоящий из образов, движущихся и статических, речи, устной и письменной, шумов и музыки, особым образом организованных и находящихся в неразрывном единстве [Там же, 2004].

В свою очередь, С.С. Назмутдинова под кинодискурсом понимает «семиотически осложненный динамичный процесс взаимодействия автора и кинорецептиента, протекающий в межъязыковом и межкультурном пространстве с помощью средств киноязыка, обладающего свойствами синтаксичности, вербально-визуальной сцепленности элементов, интертекстуальности, множественности адресанта, контекстуальности значения, иконической точности, синтетичности» [Назмутдинова 2008: 7].

Считается, что кинодискурс является «поликодовым когнитивно-коммуникационным образованием, сочетанием различных семиотических единиц в их неразрывном единстве, которое характеризуется цельностью, адресностью, завершенностью и связностью. Кинодискурс выражается при помощи верbalных, неверbalных знаков в соответствии с замыслом коллективного автора; он зафиксирован на материальном носителе и предназначен для воспроизведения на экране и аудиовизуального восприятия кинозрителями».

Сорокой отмечается наднациональный характер кинодискурса, его воздействие на человека при помощи аудиовизуальных средств [Сорока 2002: 48-49].

По утверждению С.С. Зайченко «художественный кинодискурс как разновидность дискурса выступает результатом взаимодействия коллективного авторского замысла, сложного комплекса возможных реакций

кинозрителя и кинотекста, выводящего произведение в пространство семиосферы» [Зайченко, 2013, 9].

В кинодискурсе взаимодействуют разные типы знаков. Так, знаки разделяются на лингвистические и знаки естественного языка, среди которых выделяются знаки-символы: звучащая речь актеров, закадровый текст, песня, титры, надписи. Помимо этого, по мнению С.С. Зайченко, в кинодискурсе используются знаки естественного языка, такие как интонация, междометия, а также иконические знаки, такие как звукоподражание [Там же, 2013].

Е.А. Колодина заявляет об общих и индивидуальных чертах между понятиями «кинодиалог», «кинотекст» и «кинодискурс». Кинодискурс определяется как «процесс воспроизведения и восприятия фильма, смысл которого складывается при взаимном влиянии нескольких семиотических систем. Кинодискурс включает в себя участников дискурса, время и пространство их взаимодействия» [Колодина 2013: 332].

Следовательно, основной подход к определению кинодискурса у Е.А. Колодиной аналогичен подходу С.С. Зайченко. Ученый подчеркивает, что в кинофильме смысл выражается при помощи верbalной и визуальной семиотической системы. Важным является то, что языковой и визуальный элементы тесно взаимосвязаны. При этом ни один из этих элементов не может быть разделен с другим в общей структуре кинодискурса. Кроме этого, для кинодискурса также характерно наличие следующих характеристик: цель общения, способ общения и языковая среда [Колодина, 2013].

Языковой и невербальный аспекты кинодискурса тесно связаны друг с другом. А.Г. Рыжков отмечает, что «кинодискурс – это визуальное или, во всяком случае, сочетание верbalного и визуального» [Рыжков, 2000: 90]. Применительно к связи между имиджем и словом важно отметить, что в кинодискурсе она является более свободной, чем в языковом дискурсе, где каждому слову соответствует свой конкретный образ. Основное отличие визуального аспекта кинодискурса от визуального аспекта языкового дискурса заключается в том, что в «кинодискурсе имиджи поступают извне

(от режиссера), а в языковом дискурсе – внутри (от нашего мозга) [Рыжков, 2000: 93].

Поэтому, по мнению А.Г. Рыжкова, при анализе кинодискурса важно привлекать к изучению его визуальный аспект, без этого, рассмотрение смыслового содержания кинодискурса невозможно [Там же, 2000].

М.А. Самкова определяет кинодискурс как «более широкое понятие, которое включает в себя как кинотекст, так и кинофильм, интерпретацию фильма кинозрителем и тот смысл, что вложили создатели кинофильма [Самкова, 2011, 136]. Автор отмечает, что кинотекст следует рассматривать как фрагмент кинодискурса, тогда как «кинодискурс – это целый текст или совокупность объединенных каким-либо признаком текстов» [Там же, 2011].

Основными свойствами кинодискурса, по мнению М.А. Самковой, являются такие критерии, как связность, целостность, аудиовизуальность, креолизованность, информативность, прагматическая направленность, интертекстуальность и др. [Там же, 2011].

Статья Т.В. Духовной посвящена исследованию основных структурных компонентов кинодискурса и установлению взаимосвязи между ними. Т.В. Духовная отмечает, что «кинодискурс создается средствами киноязыка на основе киносценария, с учетом литературных произведений, по которым был написан сценарий и/или снят кинофильм» [Духовная, 2015, 66].

Таким образом, следует различать кинодискурс в широком смысле и кинодискурс в узком смысле. В широком смысле кинодискурс определяется не только как текст, но как сложное семиотическое целое, включающее в себя выбор темы, условия создания фильма, возможное влияние на аудиторию и т.д. Кинодискурс может быть определен по его лингвистической составляющей как дискурс персонажей фильма, связанный с поведением говорящего и конкретной коммуникативной ситуацией, представленной в фильме.

1.3.2. Типологические характеристики кинодискурса

Место кинодискурса среди иных типов дискурса определяется тем, какие критерии взяты за основу. С позиций социолингвистики в качестве критериев классификации выступают типовые участники дискурса, с позиций прагмалингвистики – типы коммуникативной тональности, с позиций лингвосемантики – темы общения [Карасик, 2007: 336].

К основным критериям выделения типов дискурса относят формальные, функциональные, содержательные критерии, связанные с категориями дискурса (адресатностью, ситуативностью, информативностью, интенциональностью, стратегиями и тактиками, когезией, когерентностью, интертекстуальностью и интердискурсивностью).

Для кинодискурса присущи следующие характеристики: устный или письменный дискурс, монологическое или диалогическое общение и институциональный или бытовой дискурс.

В ситуациях устного дискурса, характерных для кино, имеет место явление фрагментации: речь порождается интонационными единицами, отделенными друг от друга паузами, имеющими относительно завершенный интонационный контур и совпадающими с простыми предикациями (предикации – это одна из функций, имеющая целью соотнести заключённую в отрезке речи мысль к действительности: состоянию объекта или субъекта, событию или ситуации). Устному дискурсу присущи грамматические ошибки, обрывы и повторные начала высказываний, заминки, паузы на обдумывание и т.д. [Филиппов, 2003: 74]. Кинодискурс и устный дискурс различаются наличием автора, при этом художник не просто копирует действительность, а осмысливает ее в образной форме, создавая экранный образ какого-либо явления или личности. Письменный дискурс и кинодискурс различаются наличием звукоряда. Кинодискурс – это динамическая система звукозрительных образов или пластических форм, которая существует в экраных условиях пространственно-временных

измерений и аудиовизуальными средствами передает последовательность развития мысли художника о мире [Усов, 1993: 17].

Выделяются такие черты, как:

1. Монологическое / диалогическое общение, они различаются по виду коммуникации. Обе эти разновидности представлены в кинодискурсе.

2. Институциональный и персональный (бытовой и бытийный) дискурс, выделяются по критерию адресата. Статусно-ориентированный дискурс – это речевое взаимодействие представителей социальных групп или институтов друг с другом, с людьми, реализующими свои статусно-ролевые возможности в рамках сложившихся общественных институтов [Карасик В.И., 1998]. Бытовой дискурс представляет собой «генетически исходный тип дискурса» [Карасик, 2014: 199]. Его специфика состоит в стремлении максимально сузить передаваемую информацию, коммуникативная ситуация самоочевидна, и поэтому актуальной является лишь многообразная оценочно-модальная эмоциональная квалификация происходящего [Там же, 1998: 193]. Бытийный дискурс предназначен для нахождения и переживания существенных смыслов, художественного и философского постижения мира [Там же, 1998], что характерно для игрового кино. Общение киногероев моделирует институциональный и бытовой дискурсы, и вместе с тем кинофильм в целом представляет собой бытийный дискурс.

В соответствии с лингвосемиотической классификацией кинотекстов, основанной на типе преобладающих в кинотексте изобразительных знаков и доминирующем стиле [Слыскин, 2004: 34–39], дифференциация кинотекстов определяется на невербальном уровне доминированием индексальных (индексальные знаки могут указывать на объект (указание пальцем, стрелкой, окриком)) или иконических знаков (знак, обладающий известным натуральным сходством с объектом, к которому он относится), а на вербальном уровне – речевым стилем.

Таким образом, к основным критериям кинодискурса относят формальные, функциональные, содержательные критерии, связанные с

категориями дискурса. Также кинодискурс подразделяется на несколько типов: устный, письменный, институциональный и бытовой дискурс, монологическое или диалогическое общение.

1.3.3. Жанры кинодискурса

Важным параметром кинодискурсов является жанр. Под жанром понимается парадигма произведений, объединенных на основе общих правил композиционного построения и используемых лексико-грамматических средств [Кухаренко, Тодоров]. Жанр рассматривается как схема построения дискурса, включающая ряд функциональных элементов и правила их организации. Жанр обуславливает «степень творческих усилий создателей», «уровень оплаты труда», «выбор технических средств», особенности применения авторского права и т. д. на стадии подготовки произведения, а для отнятой аудиовизуальной продукции является инструментом «для привлечения (или наоборот отторжения) части аудитории» [Вакурова, 1997].

Различаются три жанра кинодискурса на основе семиотико-стилистических параметров [Слышкин, 2004: 40]:

Художественный (постановочный): в кинотекстах преобладают иконические знаки-изображения и художественная речь, как правило, стилизованное бытовое общение;

Документальный (неигровой): кинотексты с преобладанием индексальных знаков-изображений и научного или публицистического кинодискурсов;

Анимационный (мультипликационный): кинотексты, построенные на основе иконических знаков-изображений и художественного стиля речи.

Художественный кинодискурс, выделяемый в составе кинодискурса, представляет собой совокупность кинотекстов, основанных на образном изображении событий и персонажей, «создаваемых на основе сценарного сюжета <...>, трактуемого режиссером и воплощаемого средствами

актерской игры, операторского искусства и др.» [Советская энциклопедия, 1986: 470].

Чаще всего в художественном фильме употребляется разговорный стиль, а также внелитературные языковые средства такие, как просторечие, жаргоны, диалекты); устная живая речь особым образом отобрана и обработана в ходе создания сценария [Зарецкая, 2008]. Диалогическая форма обмена, характерная для дискурса кино, способствует протеканию речевой деятельности автоматически, вне обдумывания и отбора, это “опривычненная” операция [Макаров, 2003: 192]. Следовательно, представленный в постановочных кинолентах, устный дискурс, абсолютно подлинно отображает “живую речь”.

Художественный кинодискурс включает в себя такие черты, как:

- установка на неоднозначность восприятия;
- установка на отражение нереальной действительности;
- имплицитность (имплицитный – подразумеваемый; неразвернутый) содержания [Гвенцадзе, 1986: 91].

Помимо перечисленных выше черт существуют также другие специфические характеристики художественного кинотекста. Так, по мнению исследователей, художественным текстам свойственны:

- эстетическая функция, то есть «воздействие на адреса как красотой и целесообразностью художественной формы, так и концептуальностью содержания» [Болотнова, 2009: 199];
- образность, то есть «способность вызывать систему представлений» [Сорокин, 1982: 62];
- «ассоциативные формы когезии (связность текста или предложения, которая соединяет их в единое целое и придает им смысл)», которые обуславливают ориентацию художественного текста на человека [Гальперин, 1981: 80].

Документальный кинодискурс определяется как отделение кинопроизводства, которое актуализирует, сохраняет, редактирует и

формирует реальность. Новаторство изначально свойственно документализму. Концепции, такие как объективная истина и фактическая реальность, подвергались радикальному сомнению, в то время как другие, такие как относительность, множественность и субъективность, стали единственными принципами, с помощью которых можно было бы приблизить реальность мира [Прожико, 2004: 8].

Нехудожественный кинодискурс включает в себя такие черты, как:

- отсутствие эстетической функции;
 - эксплицитность (эксплицитный – открыто выраженный) содержания;
 - установка на отражение реальной действительности;
 - установка на однозначность восприятия [Гвенцадзе, 1986: 91].
- Под анимационным кино понимается наиболее психологически комфортный (лёгкий, доступный, убедительный) канал коммуникации, трансляции социокультурных норм и ценностей, способствующий становлению установок, интересов и потребностей основной массы населения с раннего возраста [Тарасов, 2004].

Художественно-эстетическое воздействие образной системы анимационного кино на формирование мировоззрения растущей личности огромно. Это наиболее психологически комфортный (лёгкий, доступный, убедительный) канал коммуникации, трансляции социокультурных норм и ценностей, способствующий становлению установок, интересов и потребностей основной массы населения с раннего возраста [Там же, 2004].

Анимационный жанр – не только «искусство для детей», но искусство, обладающее высоким потенциалом художественно-эстетического воздействия и широкими воспитательными возможностями [Волков, 1974: 12].

Отмечается следующее различие между художественным и нехудожественным дискурсами: художественным признается кинодискурс, в котором доминируют иконические знаки и стилизованная разговорная речь,

объединенные эстетической функцией. К документальному кино относятся съемки подлинных событий и лиц и научное кино (научно-популярное, учебное, научно-исследовательское, научно-производственное). В основном художественный кинотекст использует разговорный стиль, а также внелитературные языковые средства (просторечие, жаргоны, диалекты); устная живая речь особым образом отобрана и обработана в ходе создания сценария [Зарецкая, 2008]. Диалогическая форма обмена, характерная для кинодискурса, способствует протеканию речевой деятельности автоматически, вне обдумывания и отбора, это “опривычненная” операция [Макаров, 2003: 192]. Тем самым устный дискурс, представленный в художественных фильмах, достоверно отображает “живую речь”.

Однотипные кинотексты, распознаваемые по структуре, классифицируются по жанрам, которые служат сигналом, направляющим зрительские ожидания в определенную сторону [Слышик, 2004: 39]. Признаком жанра как исторически сложившегося типа произведения, имеющего общие характеристики и закономерности, служат функциональная направленность, степень обобщенности повествования, оценка события, или эмоционально-аксиологическая направленность, характер использования изобразительно-выразительных средств и степень их соотношения [Горюнова, 2000]. Для повышения успеха среди зрителей, можно использовать конкретный жанр кинодискурса.

Художественный кинодискурс с его особенностями, которыми являются динамичность, избыточность и недосказанность, и неопределенность, противопоставляются нехудожественному кинодискурсу. Кинодискурс классифицируется по формальным, функциональным, содержательным критериям. Исходя из лингвосемиотической классификации кинотекстов [Слышик, 2004], дифференциация кинотекстов определяется на невербальном уровне доминированием индексальных или иконических знаков, а на верbalном уровне – речевым стилем.

Таким образом, художественный, нехудожественный и анимационный кинодискурсы имеют различия: художественный и анимационный кинодискурсы имеют эстетическую функцию и функцию развития, в отличии от них, нехудожественный кинодискурс отражает реальные события, места и людей.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

1. В современной науке существует множество понятий феномена «имидж». Под имиджем понимают эмоционально окрашенный стереотип, специально создаваемый эмоционально окрашенный образ, способствующий становлению определенного мнения, представления в отношении чего-либо для достижения определенных целей.

2. Имидж является одним из средств коммуникации, которое транслирует информацию о реальном человеке. Основными чертами имиджа являются целенаправленность, искусственность, ситуативность, эмоциональная окраска, основанная на личном опыте, некая оценочная нагрузка.

3. Наряду с понятием имиджа существует понятие образ. Образ – это совокупность субъективно окрашенных и ассоциативно связанных вербализованных представлений о человеке или неодушевленной реалии, стихийно формирующихся в сознании людей посредством восприятия, памяти и воображения.

Смежные понятия «имидж» и «образ» являются синонимами, однако имидж отличается от образа тем, что он конструируется сознательно, в свою очередь, образ создается спонтанно. Термины «речевой портрет», «языковая личность» и «лингвокультурологический типаж» также являются составляющими термина «имидж».

4. Средством формирования имиджа может выступать кинодискурс, который определяется как коммуникативное пространство культуры, которое подразумевает наличие интеракции персонажей (протагониста и героев на ролях второго плана), различных процессов (например, сюжетной линии), жанровой эмотивности (драма, комедия, трагедия, триллер и т. д.) и локализации событий (вымыщленных и реально существующих). Под кинодискурсом понимается креолизованное образование, которое соответственно обладает свойствами целостности, связности,

информационности, коммуникативно-прагматической направленности, медийности и созданное автором для просмотра кинозрителем.

5. Существует несколько видов кинодискурса: художественный, документальный и анимационный, между которыми существуют некоторые различия (одни описывают реальные события, другие являются развлекательными жанрами).

ГЛАВА II. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ИМИДЖЕВЫХ ХАРАКТЕРИСТИК МОНАРХА В БРИТАНСКОМ КИНОДИСКУРСЕ

Создание имиджа как многоуровневого явления происходит на разных этапах. Оно обусловлено целым рядом факторов (прежде всего, исторической ситуацией, временем, культурой) и проявляется не только в производимых личностью поступках, внешнем виде, но и в речи и невербальном поведении. Особый исследовательский интерес вызывает конструируемый образ правителя страны. Посредством выявления основных имиджевых характеристик проведенный анализ позволяет описать и системно представить имидж британского монарха, целенаправленно создаваемый на экране и при этом формируемый у зрителя.

2.1. Генрих VIII как исторический прототип для создания имиджа монарха

Генрих VIII (1451-1547) является реальным историческим лицом, который был королём Англии в период с 1509 г. по 1547 г. Он сын короля Генриха VII Тюдора, отец Елизаветы I.

Генрих правил как представитель европейского абсолютизма. К концу царствования монарх преследовал своих действительных и мнимых политических оппонентов [Тененбаум, 2012]. Одной из первых его жертв был Эдмунд дела Поль, герцог Саффолк, которого казнили в 1513 году. Последней из значительных фигур, казнённых Генрихом, был сын герцога Норфорка, выдающийся английский поэт Генри Говард, граф Суррей, погибший в январе 1547 года за несколько дней до смерти короля [Генрих VIII Тюдор: Биография].

Генрих Тюдор больше всего известен своим прямым участием в английской Реформации, что сделало Англию в большинстве своём протестантской нацией; и необычным для христианина числом браков (у короля было шесть жён, из которых двух он казнил по обвинению в измене).

Король был одержим появление наследника мужского пола для укрепления власти династии Тюдоров, что привело к концу его брака с Екатериной Арагонской, своего первой супругой. Развод Генриха VIII повлек за собой отлучение короля от католической церкви и ряд церковных реформ в Англии, когда англиканская церковь отделилась от римской католической.

Постоянная смена жён короля и церковная реформация оказались серьёзной ареной для политической борьбы и привели к ряду казней политических деятелей, среди которых был Томас Мор. Формальным поводом для разрыва отношений с папством стал в 1529 году отказ Папы Климента VII признать незаконным брак Генриха с Екатериной Арагонской и позволить королю жениться на Анне Болейн. В такой ситуации Генрих принял решение разорвать связь с Апостольским Престолом [Ивонин, 2008].

В 1532 году английским епископам было предъявлено обвинение в измене по ранее «мертвой» статье – обращению для суда не к королю, а к чужеземному властителю, папе. Парламент принял решение, запрещающее впредь обращение к папе по церковным делам. В этом же году Генрих назначил новым Архиепископом Кентерберийским Томаса Кранмера, взявшего на себя обязательство освободить короля от ненужного брака. В январе 1533 года Генрих самовольно женился на Анне Болейн, а в мае Томас Кранмер объявил предыдущий брак короля аннулированным, за что Папа римский Климент VII 11 июля 1533 года отлучил его от Церкви [Алумов, 2016].

Генрих стал инициатором церковного раскола 1534 года. Король стремился к созданию особой английской формы католицизма, в которой он сам исполнял бы роль Папы. Однако начатый Генрихом процесс привел к результатам, несколько отличным от его изначальных планов [Сюами, 2016].

В эпоху Генриха VIII в 1534 году был принят «Акт о супрематии», согласно которому Генрих Тюдор был провозглашен Главою Церкви Англии. Возглавив религиозную реформацию в стране, в 1536 и 1539 годах он провёл масштабное изъятие монастырских земель.

Английская монархия является очень старым институтом власти, чьими главным чертами являются наследственность и традиционализм. Английская монархия разделена на партии, корона не принадлежит ни одной из них. В своей политической власти наибольшее влияние монарх имеет на кабинет министров. По Б. Бэготу, у монарха, в рамках конституционной монархии, три права:

- консультироваться;
- поощрять;
- предостерегать [Полякова, 2013].

Британский монарх – это глава государства и английской церкви, источник суверенной власти и символ единства нации. Монарх олицетворяет собой стабильность государственных институтов и единство нации. Его положение в системе власти определяется формулой «царствует, но не правит» [Там же, 2013].

Таким образом, в исторической перспективе король Генрих VIII в эпоху своего правления жёстко преследовал своих действительных и мнимых политических оппонентов. Генрих VIII заложил основы английской абсолютной монархии и разработал главные принципы политики «равновесия сил» в международных делах, которая отличала Англию в течение многих последующих столетий. Он действовал решительно и смело. Даже Реформацию он провел по-своему. С одной стороны, в Генрихе VIII было много типично средневековых черт (как в человеке и политике). С другой стороны, он являл собой отчетливо проявлявшийся тип абсолютного монарха раннего нового времени.

2.2. Репрезентация имиджевых характеристик монарха Генриха VIII в британском художественном кинодискурсе

Среди многообразия индивидуально-личностных черт, представленных в кинодискурсе, у короля Англии преобладают черты характера,

указывающие на статус короля Великобритании как лидера страны. Основными такими имиджеобразующими характеристиками выступают могущество, уверенность в себе, любовь к стране и своим подданным (данная характеристика проявляется на протяжении сериала не только в речах Генриха VIII, но и в его поведении), щедрость, доверие авторитетам (прислушивается к канцлеру Томасу Уолси), а также такая негативная черта, как самовлюбленность («эксклюзивность»). Представляется необходимым отметить, что данные черты проявляются на разных уровнях поликодовости.

Такие имиджеобразующие характеристики, как могущество и уверенность в себе являются ведущими. Могущество проявляется не только на языковом, но и на визуальном уровне. Это проявляется в использовании фраз, смысл которых формируется за счет включения лексических единиц со значением власти и силы. Например, при ответе на вопрос умирающего отца, Генрих с уверенностью в голосе заявляет:

Make glorious war, father. Recapture the splendor court, expanding territory in France, kick the Scots a way, deeping the treasury.

Монарх Генри Тюдор представлен в анализируемом контексте завоевателем, думающим о процветании страны с самого детства. Его могущество заключается в завоевании новых территорий и усилении финансового влияния для консолидации власти. Это выражено с помощью словосочетаний, семантически обозначающих расширение территорией - *to expand territory* (*to increase in extent or scope of territory* [Merriam-Webster]), военные действия - *glorious war* (*a period of such armed conflict* [Merriam-Webster]), обогащение казны - *to deep the treasury* (*to have a lot of the place of deposit and disbursement of collected funds* [Merriam-Webster]). Могущество монарха также заключается в его фразе *kick the Scots away*, что показывает его стремление навести порядок среди всех других групп населения близлежащих территорий. Помимо этого, в данном контексте заметна такая черта, как чувство долга перед своим отцом и страной.

Могущество Генриха выявляется на протяжении всего фильма вербально и визуально:

Well, they would do what I say, I'm the King.

I am the King of England, I can have what I want!

В приведенных примерах частое употребление личного местоимения 1 л. ед. ч. *I* указывает на отношение действующего лица к самому себе. В данном контексте видна уверенность монарха в себе и его всевластие. В словосочетании *would do* модальный глагол *would* используется для выражения уверенности в своих словах, что подтверждает мощь короля. С помощью словосочетания *the King* Генрих указывает на свою уникальность. На визуальном уровне эта черта прослеживается в осанке короля (показатель аристократии), а также в его мимике и интонации присутствуют раздражение и грубый тон.

I'm the King of England. God's anointed. My will is the will of God.

Семантика лексической единицы *God* (*in Jewish, Christian, or Muslim belief, the spirit who created the universe and everything in it, and who rules over it* [Cambridge Dictionary]), король использовал эту сравнительную конструкцию, чтобы обозначить свою власть, и показать, что простые люди не могут быть равны ему. В высказывании с притяжательным падежом *God's anointed* выявляется средство демонстрации своего безграничного правления. Помимо этого, черта проявляется в поведении Генриха, а именно в его активной жестикуляции.

Другая, не менее выраженная, черта монарха, проявляющаяся в сериале, – уверенность в себе.

I said: "So the King of France wishes reset the richest provinces in the Kingdom, over the game of checkers. I did not have telling him when I was a child, I played defendant in checkers... I'd give him a term of beating. So, I let them keep province. In a couple years I send Norfland back where to take it back!"

В приведённом примере со сложноподчинёнными предложениями, король Генрих преуменьшает силу и власть других королей, выставляя себя

всемогущим, используя в своем высказывании глагол *let* с семантикой позволения (*to allow someone to do something, or to allow something to happen* [Cambridge Dictionary]). Данный глагол чаще всего встречается в предложениях перед инфинитивом другого глагола без частицы *to*, что делает его грамматически схожим с модальными глаголами. Именно такая модальная семантика во фразе Генриха VIII (*So I let them keep province*) указывает на преуменьшение возможностей другого, не менее могущественного монарха – короля Франции.

May God bless and protect our just and noble King. Never was there a gentle monarch.

Еще один пример обращения подданного иллюстрирует черты, носящие имиджеобразующий характер, а именно выражение уважения подданных к своему королю. В данном контексте использованы прилагательные *just* (*acting or being in conformity with what is morally upright or good* [Merriam-Webster]), *gentle* (*belonging to a family of high social station* [Merriam-Webster]) и *noble* (*noble possessing outstanding qualities* [Merriam-Webster]) с семантикой справедливости, благородства и великодушия.

В управлении государством король предстает не авторитарным правителем, а монархом, доверяющим мудрым авторитетам. В анализируемом кинодискурсе он представлен как правитель, который старается следовать советам опытного канцлера Томаса Уолси (первый советник короля Генриха VIII). Подтверждением этому является фраза Анны Болейн (будущей жены Генриха VIII), обращенной к Томасу Уолси:

He listens to you.

Король Генрих также следует советам и наставлениям своего отца:

So, my father was right. He warned me against you. My father saved this country, when your ancestors left it in ruin. And I except that you are descendant of Plantagenets. I gave you land and titles, but obviously it wasn't enough to you.

В приведённом высказывании, которое использовано для объяснения королём причины поимки предателя (по наставлению отца он наказывает

предателей (претендентов на трон) лично), наречие *obviously* с семантикой очевидности (*as is plainly evident* [Merriam-Webster]) имеет функцию эмфазиса, чем усиливает эмоциональную окраску высказывания короля Генриха.

Еще одна характеристика монарха, которая также заметна на протяжении сериала – щедрость:

Congratulate me, Wolsey! I'm a father of baby boy. A healthy baby boy. I have named him Henry Fitzroy. As for his mother, Bloodgate, I wish you give her land and money and as for the boy, he shall be properly educated and I will be confirmed upon him the titles of the duke of Richmond and Somerset. And you, Thomas, you should be the boy's Godfather. Of course, if you have no objections. You might not want to be Godfather to a bastard. True, I have several of them on your own. And all illegitimate. Well, Thomas, it seems that I can have sons.

So, my father was right. He warned me against you. My father saved this country, when your ancestors left it in ruin. And I except that you are descendant of Plantagenets. I gave you land and titles, but obviously it wasn't enough to you.

I've decided to give her land and make marriage. I've also given your father the title – earl of Essex, so your brother George become lord Rochefold.

В данных примерах использован глагол *give* с семантикой давать/даровать (*to grant or bestow by formal action* [Merriam-Webster]). Король сразу перечисляет, чем он готов наградить своих подчиненных, а именно: *title* с семантикой звание (*a word that is used before someone's name, stating their social rank, qualifications, position in an organization, sex, etc.* [Cambridge Dictionary]), *land* с семантикой земли (*an area of ground, especially when used for a particular purpose such as farming or building* [Cambridge Dictionary]).

Другая имиджеобразующая черта – любовь к стране, забота о ней. Например, во фразе короля *This country needs stability, it needs a male heir! Without - the London is in risk* употребляется абстрактное существительное в единственном числе *stability* с семантикой устойчивости (*the quality of not*

being likely to change or move [Cambridge Dictionary]). Использование данного существительного с глаголом *need* показывает, что без стабильности в стране начнутся беспорядки, а значит, что король тревожится о стране, это свидетельствует о тревоге о своей стране. Зная семантику глагола *in risk* - подвергать кого-либо риску (*the possibility of something bad happening* [Cambridge Dictionary]), можно понять, что Генри Тюдор опять же тревожится за благополучие страны.

В то время как разбушевалась чума, канцлер Уолси посоветовал правителью покинуть страну, Генри Тюдор сказал:

No, I can't leave the London now. I must stay here!

Не только через реплику, но также по волнению в голосе и по нервному поведению (взмахивал руками, не стоял на месте, а перемещался с одного места на другое, а также мечущийся взгляд, все это указывает на нервозность) можно понять как король волновался, что ему придется покинуть город на какое-то время. На языковом уровне это передается через использование модального глагола *must*, указывающего на необходимость остаться в Лондоне, потому что как монарх Генрих Тюдор понимает, что он нужен своей стране и народу, что он является символом, который поможет окончательно не сломаться людям. Соответственно, с помощью данного модального глагола осуществляется репрезентация осознания этой обязанности. Монарх также использует в своем ответе модальный глагол *can't* для выражения физической неспособности что-то сделать, в данном контексте – на возможность и отсутствие желания покинуть Лондон. Семантика частицы *no* с отрицательной коннотацией, имеет функцию отказа, что позволяет понять отношение монарха к своей стране, а именно, это означает, что он отказывается покинуть страну.

But I would be excommunicated and go to hell.

Из речи и поведения короля выясняется, что Генрих умеренно набожен, в отличии от своей дочери Марии I. Он боялся пойти против церковных заповедей, иначе его бы отрекли от церкви, и он попал бы в ад.

Не только личностные характеристики и методы правления создают имидж суверена. Создать образ правителя также помогают высказывания о нем его приближенных. Например, фраза Анны Болейн (жена Генриха VIII):

Henry Tudor is a bearish man. A bearish man easy to flatter under submission.

Метафора *bearish man* основывается на сравнении модели поведения личности с поведением животного. В этом предложении используется словосочетание *bearish man*, с семантикой человек, похожий на медведя или ведущий себя, как медведь (*resembling a bear in build or in roughness, gruffness, or surliness [Merriam-Webster]*). *Easy to flatter* - это словосочетание обозначает то, что человека, в данной ситуации Генриха, легко усмирить (*to give the appearance of being better than the true situation [Cambridge Dictionary]*). Анна Болейн подразумевает то, что король только кажется для приближенных и подчиненных диким зверем, но на самом деле, чтобы его задобрить, необходимо только дать ему то, что он больше всего любит.

Также в речи персонажа Генриха VIII отмечается наличие ругательных слов и выражений, характерных для речи аристократии в некоторых случаях. Подобные высказывания являются средством выражения «эмоций для других», то есть посредством подобных выражений выражается раздражение:

Lying bastard.

Некоторые характеристики репрезентируются через внешность и поведение правителя. В кинокартине много внимания уделяется атрибутам монарха – символам власти, убранству, утвари, украшениям.

Аристократизм заметен не только в грамотной речи короля, но и визуально. Внимание привлекают цвета одежды, олицетворяющие королевскую власть, такие как зеленый, золотой, алый, пурпурный. Также, на руке короля есть кольцо, которое символизирует его набожность и благочестие. В основном, одежда короля изображается в красно-золотых тонах, визуализирующих его принадлежность к высшему классу. Количество атрибутов одежды остается неизменным: шляпа с драгоценной брошью,

мантия, две драгоценных цепи, воротник мантии из меха, а также темно-зеленый фон (зеленый является цветом династии Тюдоров).

Таким образом, основными имиджеобразующими для короля Великобритании, которые представлены в анализируемом кинодискурсе, выступают как позитивные (мудрость, могущество, уверенность в своих силах, патриотичность), так и отрицательные черты (самовлюбленность и ругательные выражения). Благодаря всем перечисленным чертам, рассматриваемый имидж становится особенным, отличным от других правителей (особенно прослеживается религиозность, вплоть до богообязанности), также усиливается лидерская позиция. В коммуникативном поведении короля проявляются патриотизм и чувство долга, верность традициям,ластность, уверенность в своих силах и желание достичь своих целей.

Проведенный анализ показал, художественные фильмы британского кинодискурса сохраняют имидж короля, представленный в традиционных исторических источниках, в какой-то степени имидж правителя превозносят, его образ становится ярче и лучше, чем он есть в исторической реальности. В киноленте оказывается что ради своей цели, король готов пойти на многое, но жестокость короля практически не прослеживается (по разным источникам, за время его правления были повешены от 12 до 72 тысяч человек).

2.3. Королева Елизавета как исторический прототип для создания имиджа монарха

Елизавета I Тюдор (1533 –1603) — королева Англии с 1558 года. Дочь Генриха VIII. Англия пережила расцвет в период ее правления, прозванного «елизаветинским» или «золотым веком». Елизавета унаследовала престол после смерти сестры, королевы Марии I Кровавой. Считается, что при

Елизавете I были заложены основы британского морского владычества [Рувель, 2018].

С детства Елизавете были присущи твердость характера и суждений. Со временем твердость переросла в стремление к самовластию, однако стремление повелевать никогда не затмевало ясность мысли.

Королева Елизавета приняла благоприятное решение, которое обеспечило разрозненной Англии лучший выход из ситуации. Она обвинила Марию Стюарт в измене, заключила ее под стражу в Англии, прекратив соперничество между Шотландией и Англией и притязания на английский престол со стороны Марии Стюарт. В обмен на это Елизавета пообещала признать сына Марии, Якова, своим наследником и королем Англии и Шотландии [Там же, 2018].

По настоянию своего канцлера Сесила Елизавета держалась реформированной церкви. Она осталась протестанткой, однако в ее религиозных убеждениях не было фанатизма, как у ее отца Генриха VIII.

Елизавета I возродила Англиканскую церковь и восстановила «Акт о супрематии» и принят «Акт о единообразии [богослужения]» (1559), которое должно было совершаться на основе «Книги общих молитв» 1552. Приняв этот акт, Елизавета избежала гражданской войны. В 1563 г. вышли «Тридцать девять статей» — изложение англиканского вероучения, сохраняющее свою силу и в настоящее время. Был подготовлен новый официальный перевод Библии на английский язык («Епископская Библия»), однако имел хождение и другой вариант — Женевская Библия. Религиозная политика Елизаветы I в целом позволяла ей сохранять гражданский мир между подданными разных конфессий, но не исключила полностью конфликтов между ними. Все свое царствование Елизавета боролась и с католиками, и с радикально настроенными протестантами-пуританами [Домнина, 2017]. В 1562 г. были приняты 39 статей, ставшие нормой исповедания англиканской церкви. В 1583 г. Елизаветой была учреждена

Судебная комиссия, которая стала активно преследовать всех, не подчинявшихся верховной власти королевы в делах религии [Семенов, 1959].

Елизавета усилила централизованную администрацию, упорядочила финансовое ведомство, подчинила церковь государству и увеличила флот. Ей удалось создать тройственный союз против Испании вместе с Голландией и Францией [Домнина, 2017].

Внутренняя политика Елизаветы характеризовалась продолжением политики ее предшественников и была направлена, в основном, на поддержку интересов знати. Королева была заинтересована в развитии предпринимательства, способствовала становлению горного дела в Англии. Елизавета I поощряла создание частных торговых компаний, которые занимались поисками путей в Ост- и Вест-Индию в обход испано-портugальских владений [Там же, 2017].

Елизавета сделала свой двор центром культуры и использовала покровительство искусствам и науке как важный инструмент укрепления и пропаганды своей власти. Ее личность стала своеобразным культом в литературе и живописи. Во время правления Елизаветы расцвело также драматическое искусство, чему она способствовала сама, так как всегда покровительствовала театру.

Таким образом, королева Елизавета вошла в историю Англии как величайшая правительница. Она смогла изменить ход истории и в одиночестве правила страной более полувека. Елизавете досталась разрозненная, разделенная религиозными распрями страна, и она превратила ее в могучую державу.

2.4. Репрезентация имиджевых характеристик королевы Елизаветы в британском художественном кинодискурсе

Среди многообразия индивидуально-личностных черт, представленных в кинодискурсе, у королевы Елизаветы I преобладают черты характера,

указывающие на статус королевы Англии как лидера страны. Основными такими имиджеобразующими характеристиками выступают величие, уверенность в себе, любовь к своим подданным, щедрость, уверенность в себе (данная характеристика проявляется на протяжении фильма не только в речи правителя, но и в поведении).

Такие имиджеобразующие характеристики, как уверенность в себе, справедливость, мудрость и могущество являются ведущими. Некоторые черты проявляются гораздо эксплицитней на языковом уровне, чем на визуальном, многие из них прослеживаются на протяжении всего фильма. Данные характеристики получают свою презентацию в использовании фраз, смысл которых формируется за счет включения лексических единиц. Например, такая черта как упорство:

The Queen does not give way to others.

Это было сказано Елизаветой во время конной прогулки с авантюристом и пиратом Уолтером Рэли, когда они выясняли, чья лошадь скачет лучше, и эта фраза иллюстрирует ее упорство/уверенность в себе. Королева не готова уступить даже в такой ситуации. Сразу внимание акцентируется на словосочетании *the Queen*, показывает ее уникальность, королева – она, и королева никому не может уступить. В данной фразе используется *give way to* с семантикой уступки (*to put into the possession of another for his or her use* [Merriam-Webster]) и показывает желание королевы быть первой во всем, не уступать ни в чем никому.

В твердом характере Елизаветы выявляется часто повторяющаяся черта – всевластие.

Because, by God, England will not fall while I am Queen.

I will not be a toy of the fates. Have I not faced an assassin's bullet and lived?

Lower your eyes. I am the Queen. You are not my equal, sir, and you never will be.

В речи Елизаветы часто повторяется фраза *I am the Queen*, это иллюстрирует уверенность монарха в себе и его всевластие. Данное словосочетание *the Queen* показывает ее уникальность, и она обладает могуществом, которого нет ни у кого другого. В данном контексте семантика частицы *not* с отрицательной коннотацией и прилагательное *equal* с семантикой равенства (*the same in size, quantity, value, etc. as something else* [Oxford dictionary]) выражают чёткое определение своих обязанностей и обязанностей народа. Используется прилагательное *lower eyes* с семантикой низкий/опускать (*being the bottom part of something / below the usual level* [Cambridge Dictionary]), с помощью этого прилагательного приказ королевы выражает ее твердость характера, а именно суровость – Елизавета в любой момент может поставить подданного на место и не позволит переступать границы.

Справедливость королевы Елизаветы I выражается вербально и визуально, например:

If my people break the law they shall be punished. Until that day, they shall be protected.

These offenses are punishable by law.

Fear creates fear. I am not ignorant of the danger, sir. But I will not punish people for their beliefs. Only for their deeds. I'm assured that the people of England love their Queen. My constant endeavor is to earn that love.

В первом контексте справедливость проявляется не только на языковом уровне, но и на невербальном. Она рассуждает спокойным тоном, не повышая голос и не жестикулируя при этом.

В последнем контексте модальный глагол *will not* с отрицательной коннотацией используется, когда нужно сказать, что кто-то не готов выполнить какое-то действие сейчас или в ближайшем будущем. Благодаря данной реплике Елизаветы можно заметить, что она обладает целомудрием: она не хочет принуждать любить себя, а хочет честно заслужить признание подчиненных.

Третья основная характеристика королевы – мудрость. Данная характеристика проявляется в основном вербально, репрезентирована не только через изображение самого монарха, но и со слов действующих персонажей, таких как эрцгерцог:

- *You play the game very well, my young friend, but don't you sometimes feel an overwhelming desire to say what you are really think.*

- *I daren't even think what I'm really thinking.*

- *You are thinking perhaps, that you'd far rather be home.*

- *You are very wise, your Majesty.*

В приведенном диалоге королевы Елизаветы и эрцгерцога королева догадывается об истинных чувствах Чарльза. Он остается под впечатлением от ее слов, и называет ее умной/мудрой. Прилагательное *wise* с семантикой ум/благоразумие (*characterized by wisdom: marked by deep understanding, keen discernment, and a capacity for sound judgment* [Merriam-Webster]).

Помимо использования языковых единиц, ее мудрость и превосходство над другими выражается контекстом, в котором она рассуждает философски о простых вещах:

I like your immensities. Your ocean is an image of eternity, I think. Such grate spaces make us small. Do we discover New World, Mr. Raleigh, or does the New World discover us?

- *The traitor's dead. We must act! Why do we not strike? What are we waiting for?*

- *You wait my order. Walsingham knows too much.*

Из данного диалога о возникающем заговоре против Елизаветы выявляется, что Елизавета является сильным монархом, являющимся конкурентом. Здесь модальный глагол *must* указывает на необходимость действовать, свергнуть Елизавету, для захвата власти Марией. Соответственно, с помощью данного модального глагола осуществляется репрезентация осознания этой обязанности.

Помимо основных характеристик, прослеживающихся на протяжении фильма, отмечается такая черта, как желание приблизиться к своим подданным:

I have a secret, my dear. I pretend there's a pane of glass between me and them. They can see me, but they cannot touch me. You should try it.

Oh, I envy you, Bess. You're free to have what I cannot have. You are my adventure.

Несмотря на разграничение своих обязанностей и обязанностей народа, по данным контекстам можно отчетливо увидеть желание королевы приблизиться к народу. В данном примере использован глагол *envy* с семантикой завидовать (*the feeling of wanting to be in the same situation as somebody else; the feeling of wanting something that somebody else has* [Merriam-Webster]). В примере также использован модальный глагол *cannot*, который имеет семантику выражения воли говорящего, используется только по отношению к кому-то (*used to express a command, promise or exhortation* [Merriam-Webster]).

Другая имиджеобразующая характеристика Елизаветы – щедрость. Из приведенных контекстов следует, что добиться расположения королевы довольно просто:

You know, of course, that when I like a man, I reward him.

All men flatter the Queen in hope of advancement. Pay her the compliment of truth. (Bess)

Эта черта прослеживается вербально, репрезентирована не только через изображение правительницы. В ее фразе используются языковые единицы, например, *of course* с семантикой разумеется/естественно (*used to emphasize that what you are saying is true or correct* [Oxford dictionary]).

Имидж Елизаветы репрезентируется ее приближенными и подчиненными, которые считают ее чудесной и великой:

And you, madam, are a very great lady (Dr. Dee)

Why do you speak like a fool, when you are anything but a fool?

No man can become tired in the presence of so lovely a Queen. (Archduke Charles)

Уважение к правительнице проявляется не только невербальными средствами, но и языковыми средствами. В первом примере используется описательное прилагательное *great* с семантикой величия (*famous, powerful, or important as one of a particular type* [Cambridge Dictionary]). В следующей фразе эрцгерцог использует прилагательное *lovely* с семантикой чудесный (*used to describe a person who is kind, friendly, and pleasant to be with/beautiful person* [Cambridge Dictionary]). При этом, их отношение к королеве выражается также их поведением, спокойным тоном и низкой громкостью голоса.

I have given England my life. Must she also have my soul?

Because, by God, England will not fall while I am Queen.

Елизавете свойственна жертвенность ради своей страны. В первом контексте использован глагол *give* с семантикой отдавать/даровать (*to grant or bestow by formal action* [Merriam-Webster]). В следующей фразе использован модальный глагол *will not* с отрицательной коннотацией, а также неправильный глагол *fall* с семантикой упасть/пасть (*to be beaten or defeated/to come down onto the ground or from a high position to a lower position* [Cambridge Dictionary]), что означает человек отказывается делать что-то, показывают в данном контексте королева ни за что не хочет дать Англии пасть. Она говорит спокойным голосом, но при этом, в нем чувствуется сила и вера в себя.

Образ королевы Великобритании по официальным данным из исторических источников в период правления Елизаветы I в основном остается таким же, каким является образ правителя.

Именно эти позитивные черты выступают основными имиджеобразующими для Елизаветы I. Благодаря всем перечисленным чертам, анализируемый имидж становится особенным, превосходящим других правителей (в отличии от отца, Генриха VIII, Елизавета не является

жестоким правителем, преследующим своих противников, также Елизавета отличается глубокомысленностью). В коммуникативном поведении королевы проявляются разумность, могущество, чувство долга, упорство, соблюдение правил королевского этикета.

В настоящее время благодаря художественным фильмам в языковом сознании зрителя с помощью вербальных и невербальных средств сформирован благоприятный имидж королевы Елизаветы I.

Таким образом, художественные фильмы британского кинодискурса сохраняют имидж королевы, представленный в традиционных исторических источниках. В них Елизавета представлена благоразумным и рассудительным монархом, что передается в художественных фильмах.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Имидж монархов в кинодискурсе («*Henry VIII*» британского режиссера Пита Трэвиса, «*The Golden Age*» британского продюсера Майкла Хёрста) определяется не только на языковом, а также на визуальном уровнях.

Основными имиджеформирующими характеристиками, формируемыми британским художественным кинодискурсом, присутствующие у обоих монархов, выступают мудрость, уверенность в себе и могущество, а также справедливость. Все эти характеристики выявляются на протяжении всех фильмов. Имидж монархов в данных фильмах вызывает в основном положительные чувства.

В проведённом анализе имиджа короля Генриха VIII было выявлено несколько индивидуальных характеристик, таких как набожность, достижение целей любыми способами. Все черты короля репрезентируются таких языковыми средствами, как:

- модальные глаголы (*can, can't, must, would, shall*)
- обильное употребление прилагательных с яркой коннотацией, выражающих черты монарха (*glorious, noble, just, gentle*)
- частое употребление личных местоимений, показывающие уверенность монарха в себе (*I*)
- использование сравнительных конструкций (*My will is the will of God*)

В результате просмотра фильма также были выявлены такие невербальные характеристики, как нервное поведение, раздраженный тон голоса, сменяющийся на уверенный.

В проведённом анализе имиджа королевы Елизаветы I были выявлены такие индивидуальные черты, как щедрость и приближенность к народу, философское мышление. Имидж Елизаветы репрезентируется также на языковом, и на невербальных уровнях:

- обильное употребление прилагательных с яркой коннотацией главными действующими персонажами, описывающих образ королевы (*great, lovely*)
- использование метафор в своих философских рассуждениях (*Your ocean is an image of eternity*)

Именно проявление всех черт характера на языковом и на вербальном уровнях языковой коммуникации в художественном кинодискурсе помогают воссоздать облик правителей. Все связанные друг с другом компоненты взаимодействуют, и на экране появляются монархи, которые способны привести свою страну к процветанию и заставляют уважать свою страну и свой народ.

Таким образом, использование верbalных и визуальных средств создают позитивный образ монарха, а также позволяют изучить их имидж более подробно. В настоящее время с помощью вербальных и невербальных средств в британском кинодискурсе сформирован положительный имидж короля Генриха VIII и королевы Елизаветы I.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучение имиджа в политической сфере исследуется различными науками, в частности, особый интерес рассмотрения имиджа проявляется в лингвистике.

Цель настоящего исследования заключалась в исследовании имиджеформирующих характеристик монархов Великобритании в художественном кинодискурсе.

Изучение формирования имиджа монархов представляет собой важную проблему. Универсальные имиджевые характеристики могут значительно различаться и обладать рядом особенностей.

Первым этапом данного исследования было определение понятия имидж, его специфики, а также его формирования. Проведенный анализ позволил прийти к следующему пониманию имиджа. Имидж – это образ, возникший в сознании человека в результате восприятия человеком тех или иных характеристик определенной личности, основывается на манерах индивида, внешнем виде и особенностях его речи. Имидж играет важную роль в межкультурной коммуникации, так как благодаря имиджу можно узнать о культуре другой нации.

Выбранные для исследования фильмы изображают двух монархов Англии, правящих в разные периоды истории. Оба фильма описывают жизни Генриха VIII и Елизаветы I, а также проблемы, с которыми им приходится сталкиваться во время их правления.

В данном исследовании были рассмотрены имиджевые черты короля Генриха VIII и королевы Елизаветы I. Для создания имиджевых характеристик монархов был применен метод контекстуального анализа, для анализа вербальных средств, а также метод дефиниционного анализа, с помощью которого были рассмотрены лексические единицы и словарные определения.

В результате анализ практического материала позволил детально рассмотреть имидж монарха Великобритании Генриха VIII и королевы Елизаветы I в художественных фильмах. В ходе исследования было выявлено несколько общих имиджеобразующих характеристик. Обоим монархам присущи такие черты, как мудрость, уверенность в себе, справедливость и щедрость, а также чувство долга перед страной. Помимо общих, проявлялись индивидуальные черты, такие как благородство и склонность к сближению с подчиненными (Елизавета I), сравнение себя с Богом, набожность (Генрих VIII).

Проведя тщательный анализ фильмов британского кинодискурса, освещивающих жизнь монархов, и исследовав особенности их речи и поведения, можно сделать вывод, что их образы богаты чертами, присущими аристократии, наделены особенностями, характерными для представителей высших классов.

Выявив и проанализировав систему верbalных и неверbalных средства и был сформирован имидж монархов Англии в современном кинодискурсе. При работе над фильмами режиссёрами были предприняты удачные попытки приблизиться к временным и культурным реалиям и сделать фильмы наиболее приближенными к действительности путем изучения исторических документов и видеоматериалов, и общения с членами королевской семьи. Все использованные языковые средства позволяют зрителю получить более скоординированное представление о монархе.

Таким образом, анализ практического материала позволил определить, что в художественных фильмах имидж актуализируется чаще всего за счет использования существительных, прилагательных и наречий с негативной или положительной семантикой и с помощью сравнительных оборотов и даже ругательных выражений.

Полученные результаты могут служить основой для дальнейшего изучения выявленных характеристик, формирующих имидж монархов в британском кинодискурсе. Помимо этого, данные материалы исследования

могут быть использованы для сравнительного анализа специфики формирования имиджа других монархов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алборова А.А. К вопросу об основных лингвистических параметрах дискурса в приложении к феномену кинодикурса // Альманах современной науки и образования. - Тамбов: Грамота, 2013. - № 9 (76). - С.14.
2. Арутюнова Н.Д. Семиотические концепты. Образ // Язык и мир человека. М., 1999. С. 32.
3. Белоус Н.А. Прагматическая реализация коммуникативных стратегий в конфликтном дискурсе [Электронный ресурс] // Н.А. Белоус // Мир лингвистики и коммуникации: электрон. науч. журн. 2006. № 4. Режим доступа к журналу: http://tverlingua.by.ru/archive/005/5_3_1.htm
4. Богин Г.И. Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текста: дис. ... д-ра филол. наук.: 10.02.19. Л., 1984. 354 с.
5. Вакурова Н.В. Типология жанров современной экранной продукции [Электронный ресурс] / Н. В. Вакурова, Л. И. Московкин. М.: 1997. URL: http://leo-mosk.narod.ru/works/GANRE_I.htm
6. Виноградов В.В. Избранные труды: О языке художественной прозы. М.: Наука, 1980. 360 с.
7. Генрих VIII Тюдор: Биография [Электронный Ресурс]. Url: http://www.people.su/27194_2
8. Горюнова Н.Л. Художественно-выразительные средства экрана. Ч. I. Пластическая выразительность кадра. М.: Изд-во Ин-та повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2000. 41 с.
9. Домнина Е.Г. Энциклопедия «Всемирная История», 2017. [Электронный ресурс]. URL: https://w.histrf.ru/articles/article/show/ielizavie_ta_i_tudo_r
10. Жебит В.А. Имидж объекта как продукт сознания реципиента. Доклад на общем собрании Академии имиджелогии 7 октября 2005 года. М., 2005. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.academim.org/art/zhebiti.html>

11. Зарецкая А.Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе // Вестник Челябин. гос. ун-та. 2010. № 16 (117). С. 70–74.
12. Зарецкая Е.Н. О соотношении вербального и невербального в речевой коммуникации // Коммуникация: концептуальные и прикладные аспекты. Ростов-на Дону: Изд-во ИУБиП, 2004. С. 86–87.
13. Иванова-Лукьянова Г.Н. Особенности интонации актёра // Язык и личность. М., 1989. С. 106–116.
14. Ивушкина Т.А. Лингвокультурный типаж «английский аристократ» // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажи. Волгоград: Парадигма, 2005. С. 62–74.
15. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987. 257 с.
16. Карасик В.И. О категориях дискурса // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты: сб. науч. трудов. Волгоград – Саратов: Перемена, 1998. С. 185–197.
17. Карасик В.И. Языковые ключи. Волгоград: Парадигма, 2007. 520 с.
18. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
19. Кино: энциклопедический словарь / гл. ред. С. И. Юткевич. М.: Советская энциклопедия, 1986. 640 с.
20. Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Русский речевой портрет. М.: Просвещение, 1995. 432 с.
21. Колесов В.В. Философия русского слова. СПб., 2002. 51 с.
22. Константинова В.Г. Феномен имиджа в научных исследованиях. Ярославль, 2011. С. 221–225
23. Культурологическая энциклопедия. URL:
<http://culture.niv.ru/doc/culture/encyclopedia-xx-vek/382.htm>
24. Кухаренко, В. А. Интерпретация текста [Текст] / В. А. Кухаренко. – 2-е изд., перераб. М.: Просвещение, 1988. 192 с.

25. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцевой. М., 1990.
26. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК “Гнозис”, 2003. 280 с.
27. Наумова Н.Г. Языковые средства создания образа П.И. Чичикова (на материале поэмы Н.В. Гоголя «Мертвые души»). Киров, 2010. 22 с.
28. Нелюбина Ю.А. Кинотекст в кругу смежных понятий. Челябинск: Гуманитарный вектор, 2014. № 4. 4 с.
29. Образы государств, наций и лидеров / Под ред. Е.Б. Шестопал. М.: Аспект Пресс, 2008. 288 с.
30. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа. М.: Омега-Л., 2006. 267 с.
31. Петрова Е.А. Имиджелогия: современное и состояние и перспективы развития. М.: РИЦ «Альфа», 2003. 317 с.
32. Полякова А.А. Роль короны в британской конституционной системе // Вестник МГИМО-Университета. М., 2013. С. 144–148.
33. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. М.: Рефл Бук Ваклер, 2000. 574 с.
34. Прожико Г.С. Концепция реальности в экранном документе. М., 2004. 454 с.
35. Психологический словарь / под ред. В. П. Зинченко, Б.Г. Мещерякова. М., 1997. 440 с.
36. Рувель Е. Королева Елизавета I: история последней представительницы рода Тюдор. 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://elenaruvel.com/koroleva-elizaveta-i-istoriya/>
37. Самкова М.А. Кинотекст и кинодискурс: к проблеме разграничений понятий // Тамбов: Грамота. 2011. № 1 (8). С. 135–137.
38. Семенов В. Ф., Проблема политич. истории Англии XVI в. в освещении совр. англ. бурж. историков, "ВИ". 1959.
39. Слышкин Г.Г., Ефремова М.А. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа). М.: Водолей Publishers, 2004. 153 с.

40. Суворова И.С. Политический имидж: теоретические основания // Успехи современной науки. Вып. 2. М., 2017. С. 185–190.
41. Сухина О.Ю. Имидж организации как способ воздействия на социальное поведение: дис. канд. социол. наук. М., 2003. 143 с.
42. Тарасов К.А. Влияние западных анимационных фильмов на тревожность и самоидентификацию младших школьников [Электронный ресурс]. 2004. URL: http://www.fortunecity.com/millenium/scooby/454/Vestnik/1/1_5.htm.
43. Тезаурус социологии. Тематический словарь справочник / Под ред. Ж.Т. Тощенко. М., 2009.
44. Тер-Минасова Д.И. Имидж института монархии Великобритании: дис. канд. культурологии. Москва, 2007. 238 с.
45. Тер-Минасова Д. И. Имидж монархии Великобритании: история и современность: монография. М.: МГИМО-Университет, 2012. 163 с.
46. Тодоров, Ц. Понятие литературы [Текст] = Todorov, T. *Sémiose de la littérature* / Ц. Тодоров; пер. с фр. Г. К. Косикова // Семиотика: сб. ст. / общ. ред. Ю. С. Степанова. М.: Радуга, 1983. С. 355–369.
47. Филиппов К.А. Лингвистика текста: курс лекций. СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 2003. 336 с.
48. Философский энциклопедический словарь. М., 1982. 8. Новая философская энциклопедия: в 4 т. М., 2010.
49. Усов Ю.Н. Основы экранной культуры. М.: Новая школа, 1993. 90 с.
50. Чернова С.В. Семантика слова образ в русском языке // Язык. Текст. Дискурс: Научный альманах Ставропольского отделения РАЛК / под ред. Г. Н. Манаенко. Ставрополь, 2014. 8 с.
51. Чикилева Л.С. Роль верbalных и неверbalных средств в создании имиджа // Liberal Arts in Russia. 2016. Vol. 5. No. 2. С. 220–232.
52. Шевченко Т.И. Фонетика и фонология английского языка. Дубна: Феникс+, 2011. 256 с.

53. Шепель, В.М. Имиджелогия. Секреты личного обаяния. М.: ЮНИТИ, 2002. 403 с.
54. Шергова К.А. Становление жанра документального кино (1960-е – начало 2000-х гг.): моногр. М.: 2016. 127 с.
55. Шестопал Е.Б. Образы государств, наций и лидеров. М.: Аспект Пресс, 2008. 288 с.
56. Яковлева Е.Л. Имидж и социальные роли // Политический маркетинг. 2004. № 7. С. 9–14
57. Allwood J. Linguistic Communication As Action And Cooperation. A Study In Pragmatics. University of Gothenburg, Dept. of Linguistics. 1976. 184 p.
58. Balázs, B. Theory of Film: Character and Growth of a New Art [Text] = Filmcultúra / Béla Balázs; transl. from Hungarian by Edith Bone. London: Denis Dobson, 1952. 291 p.
59. Bell I. Elizabeth I: The Voice of a Monarch. London, 2010.
60. Major J. Monarchy Unites Our Nation As a President Never Could.
URL: <http://www.telegraph.com>.
61. The British Monarchy. URL:
<http://www.royal.gov.uk/hmthequeen/dayinthelife/queensworkingday.aspx>
62. The Queen and the Royal Family. URL:
<http://teacherluke.co.uk/2012/06/04/the-queen-and-the-royal-family/>

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ

1. Словарь синонимов [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://sinonim.org/> (дата обращения: 08.06.2020).
2. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://dictionary.cambridge.org> (дата обращения: 25.04.2020).
3. Merriam-Webster Dictionary [Электронный ресурс]. 2020/ URL: <https://www.merriam-webster.com/>
4. Oxford dictionaries [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com> (дата обращения: 10.04.2020).

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

/О.В. Магировская/
23 июня 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА
**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ИИДЖЕВЫХ ХАРАКТЕРИСТИК МОНАРХА В
БРИТАНСКОМ КИНОДИСКУРСЕ**

Выпускник



Е.А. Цымбалова

Научный руководитель



д-р. филол. наук,

зав. кафедрой ТГЯиМКК

О.В. Магировская

Красноярск 2020