

DOI: 10.15643/libartrus-2016.2.11

Роль вербальных и невербальных средств в создании имиджа

© Л. С. Чикилева

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
Россия, 123995, ГСП-5, г. Москва, ул. Олеко Дундича, 23.

Email: lchikileva@fa.ru

В статье рассматриваются различные средства, используемые для создания имиджа Елизаветы II. Выбор предмета исследования определяется интересом к Британской королевской семье. Автор приводит различные определения понятия «имидж», анализирует его характерные черты. Отмечается, что имидж может быть положительным и отрицательным, контролируемым и неконтролируемым, желаемым и реальным. При формировании имиджа определенную роль играет внешность человека, его манеры, увлечения, интересы, особенности речи. Особое внимание уделяется вербальным и невербальным средствам создания имиджа. Анализируются лексические, фонетические и стилистические особенности, рождественских обращений королевы Великобритании Елизаветы II. На примере рождественских обращений рассматривается роль публичной речи в создании положительного имиджа английской королевы.

Ключевые слова: имидж, вербальные средства, невербальные средства, королева, Елизавета II, королевская семья, рождественские обращения.

В современной лингвистике рассматриваются различные способы создания имиджа, например, имиджа монархов, общественных и политических деятелей [1–8]. В данной статье будут рассматриваться вербальные и невербальные средства создания имиджа (на примере имиджа Елизаветы II, королевы Великобритании). В задачи проведенного исследования входило изучение различных значений термина *имидж*, рассмотрение различных классификаций и способов формирования имиджа. Были использованы данные результатов опросов общественного мнения, проведенных в Великобритании с целью выяснения отношения населения к институту монархии и возможного прогнозирования его будущего. В качестве источника лингвистического материала послужили публичные выступления королевы Елизаветы II, в частности, рождественские обращения. Были проанализированы лексические и стилистические средства, используемые в рождественских обращениях королевы с целью создания положительного имиджа.

Существует множество определений понятия *имидж*. Каждый человек вызывает у других определенное представление о себе, то есть образ, который можно назвать индивидуальным имиджем. В переводе с английского слово *имидж* означает *образ*. В некоторых определениях термина *имидж* подчеркивается эмоциональное и психологическое воздействие на человека. Например, Е. Н. Богданов и В. Г. Зазыгин считают, что имидж является специально сконструированным психическим образом, создаваемым с определенными целями [9]. Под имиджем также понимается образ, возникший в психике человека в результате восприятия этим человеком тех или иных характеристик определенной личности [1]. Согласно Г. Г. Почепцову, имидж основывается на том, как объект воспринимается аудиторией [2]. В данной статье под имиджем имеется в виду устойчивое представление о личности, возникающее в массовом сознании в результате восприятия определенных вербальных и невербальных характеристик

этой личности. С помощью имиджа окружающим передается информация о личности. Имидж передает совокупность внешних характеристик личности, благодаря которым воспринимаются ее внутренние качества [4]. Личностный имидж основывается на внешнем виде человека, его манерах, предпочтениях, увлечениях, особенностях его речи. Имидж может быть позитивным и негативным, контролируемым и неконтролируемым, текущим и желаемым. Неконтролируемый имидж, как правило, формируется в связи с какими-либо событиями. Текущий имидж формируется на основе той информации, которая доступна обществу и зависит от того, что известно о носителе имиджа. Желаемый имидж показывает, к чему стремится носитель имиджа [4]. Согласно традиционной классификации, имидж может быть вербальным и невербальным. К вербальным средствам выражения имиджа относятся публичные выступления, цитаты, идиомы, афоризмы, анекдоты, эпиграммы, язык средств массовой информации [4]. К невербальным средствам выражения имиджа относятся портреты и фотографии, официальная символика, одежда и аксессуары, а также мимика и жесты. Нельзя не согласиться с мнением о том, что перечисленные средства играют значительную роль в создании имиджа монарха, так как визуальные сообщения достаточно легко воспринимаются и запоминаются [4].

Существуют следующие способы формирования имиджа: определение требований аудитории; формулировка характеристик, в сумме составляющих имидж; перевод выбранных характеристик в разные контексты (визуальный, вербальный, событийный, контекстный и др.). Большую роль в оказании воздействия на окружающих играют не только основные, но и дополнительные составляющие имиджа, то есть окружение, в котором живет и действует человек: его семья, любимые домашние животные, спорт, хобби. Выделяют ряд компонентов, формирующих профессиональный имидж, а именно: компетентность, уверенность, доверие, постоянство, контроль [2]. В рамках имиджа можно выделить следующие аспекты: портретный, профессиональный и социальный. Портретный аспект включает в себя такие характеристики как честность, порядочность, образованность, доброту, человечность, обязательность, решительность, ум, бескорыстие, энергичность, напористость, способность вести людей за собой, принципиальность, открытость. К профессиональному аспекту относятся компетентность, деловитость, работоспособность; под социальным аспектом имеется в виду забота о людях [2].

Понятие имидж включает в себя следующие измерения: визуальное, вербальное, контекстное и событийное. Под визуальным измерением имеются в виду особенности внешности, влияющие на имидж; манера поведения, мимика, жесты графическая символика. Под вербальным измерением имеются в виду коммуникативные навыки. Вербальное измерение в данном случае представляет собой вербальные сообщения, в частности, публичные выступления. К контекстному измерению можно отнести историческую обстановку, окружающую среду, круг общения, хобби. Событийное измерение включает в себя нормативно-этическую сторону поступков, поведения, репутацию. Имидж воздействует на эмоциональное состояние населения и играет значительную роль в формировании таких жизненных ценностей как любовь, семейное благополучие и патриотизм. Для создания позитивного имиджа королевы Великобритании в средствах массовой информации и интернете используются многочисленные портреты и фотографии как самой королевы, так и членов ее семьи. Чувство патриотизма выражается вербально в публичных обращениях королевы, в частности, в рождественских обращениях. Известно, что одним из эффективных способов воздействия является звучащая речь, которая используется и как средство формирования имиджа [5].

Для формирования позитивного имиджа широко используются различные виды деятельности личности, например, занятия спортом, участие в благотворительности. В частности, Елизавета II занимается верховой ездой. Королевскими видами спорта являются скачки и охота. Для создания позитивного имиджа королевы Елизаветы II используются убедительные факты из жизни королевской семьи, ее традиции. Например, Елизавета II и члены ее семьи любят домашних животных. У королевы Елизаветы II было более 30 собак породы корги. Первую собаку ей подарили на день рождения, когда ей исполнилось восемнадцать лет. Все остальные собаки были потомками этой собаки. Королева является создателем новой породы собак *дорги*. Королева Елизавета II покровительствует многим благотворительным организациям. Одним из эффективных способов создания имиджа является его воздействие на подсознание реципиента, чтобы возникали приятные ассоциации, связанные с носителем имиджа. Для усиления имиджа определенной личности можно использовать имиджи других людей. 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 [4].

Представляет определенный интерес рассмотреть более подробно роль лингвистических средств в формировании имиджа. В связи с этим представляется уместным рассмотреть термин *лингвокультурный типаж*, который связан с понятием *имидж*. Если *имидж* является устойчивым представлением о личности, возникающем в массовом сознании в результате восприятия определенных характеристик данной личности, то под лингвокультурным типажом понимается обобщенный образ представителя определенной этносоциальной группы, узнаваемый по специфическим характеристикам вербального и невербального поведения и выводимой ценностной ориентации [10]. Теория лингвокультурных типажей представляет собой новое направление в антропологической лингвистике, которое разрабатывается в течение последних десятилетий [11–15]. Многие методы и приемы анализа типизируемых личностей заимствуются из лингвоконцептологии, так как лингвокультурный типаж представляет собой разновидность концепта.

На ассоциативно-образном уровне лингвокультурный типаж представляет собой совокупность признаков, за которыми обнаруживается узнаваемый образ определенного индивидуума. Однако, в нем также воплощаются черты, характерные для социальной или этнической группы, являющейся референтной основой данного типажа. Обе эти стороны, а именно, живая индивидуальность и узнаваемость фиксированного типажа, являются одинаково важными. Постоянные черты, свойственные тому или иному типу личности, являются объективными признаками типажа, а черты, которые связаны с индивидуальными особенностями, приносимым противопоставить фиксированные типажы, ассоциативно связываемые большинством носителей лингвокультуры с одной личностью или с небольшой группой личностей [13].

Среди лингвокультурных типажей можно выделить концепт личности монарха. Монархия является устойчивым концептуальным образованием, существующим в течение столетий в сознании представителей различных лингвокультур. Особый интерес, как образец выживаемости, представляет собой британская монархия.

Елизавета была провозглашена монархом 6 февраля 1952 года после смерти ее отца, короля Георга VI. Королева Елизавета II является сороковым монархом, начиная с Вильгельма Завоевателя. Королева Елизавета II вошла в историю как монарх, находящийся на троне самый длительный период времени. 9 сентября 2015 года она превзошла королеву Викторию

по продолжительности своего правления, за время которого королева Елизавета II побывала с официальными визитами в более 130 странах и совершила более 250 поездок. В октябре 1994 года королева побывала с официальным визитом в России. Известно, что королева не должна публично выражать свои политические взгляды. Члены королевской семьи также не имеют права выражать свои мнения о политических событиях. Королева Елизавета II отправила свое первое электронное письмо в 1976 году, а первый официальный королевский сайт был создан спустя более 20 лет, а именно, в 1997 году. За время своего правления королева получила более 3 миллионов писем. Взойдя на престол, Елизавета совершила большое количество поездок в различные страны, принимала участие в сессии Генеральной ассамблеи ООН, торжественно открыла Олимпийские игры в Монреале (1976 г.) и летние Олимпийские игры в Лондоне (2012 г.), а также принимала участие во множестве других международных событиях, что способствовало укреплению имиджа королевы и поддержанию авторитета британской монархии [25]. Как глава нации, Королева Елизавета II выполняет культурную и социальную функцию. Она обеспечивает национальную идентичность, символизирует единство и гордость нации, способствует развитию у британцев чувства стабильности и уверенности в будущем. Королева регулярно совершает поездки по стране. Ее присутствие обязательно на торжественных церемониях по случаю Дня Памяти погибших в войнах, на значительных спортивных мероприятиях. Королевский офис рассылает тысячи сообщений с поздравлениями для подданных, отмечающих столетний юбилей и шестидесятилетие со дня свадьбы. Ежегодно королева Елизавета II обращается к жителям Великобритании и странам Содружества с Рождественской речью.

В конце весны 2012 года компания ICM провела исследование, в ходе которого были опрошены жители Великобритании. Опрос показал, что британская монархия объединяет страну значительно улучшает имидж Великобритании. Несмотря на опросы, сложно однозначно определить отношение британцев к своей королеве. Британцы воспринимают институт монархии как наследие, которое досталось от предшествующих поколений [24]. Известно, что неприятности, связанные с разводами принцессы Анны, принца Чарльза и принца Эндрю, а также смерть принцессы Дианы существенно подорвала авторитет королевской семьи в Великобритании. Однако, согласно опросам, более 60% британцев высказываются за сохранение института монархии в стране [24].

Жизнеспособность британской монархии обусловлена особенностями исторического, политического и социокультурного развития Великобритании, своеобразием национального характера и менталитета жителей Британских островов, присущей им самобытной логикой мышления. Монархия воспринимается британцами как часть их истории, требующая особого отношения. Она дает ощущение целостности и является их национальной гордостью. Королева Великобритании Елизавета II выступает как политически нейтральное лицо, представляющее свое государство, символизирующая стабильность, целостность и величие Великобритании. Понятийные характеристики лингвокультурного типажа *британская королева* сводятся к следующим доминантным признакам: британка; несущая ответственность за страну и людей своей страны; являющаяся дочерью монарха; получившая формальное право управлять страной по наследству; участвующая в официальных церемониях, имеющая особенную одежду; имеющая особые предметы-символы (корону, карету, трон); живущая во дворце; оли-

цетворяющая справедливость. Данные характеристики уточняются дополнительными признаками: имеющая реальную политическую власть, занимающая свой пост пожизненно, проявляющая великодушие, обладающая внешним великолепием [13].

К основным образно-перцептивным признакам лингвокультурного типажа *британская королева* можно отнести следующие: внешность и одежду, манеру поведения, сдержанность, высокомерие, соблюдение дистанции со своими поданными, соблюдение норм королевского этикета, толерантность и трудолюбие, замкнутый образ жизни [13].

Важнейшей ценностью в поведении британской королевы является осознание ею своей миссии как хранителя британской монархической традиции. В своем коммуникативном поведении британская королева стремится к поддержанию в сознании британцев положительного образа монарха, демонстрируя следующие доминанты поведения: представительность, аристократизм, патриотизм, чувство долга, верность традиции, соблюдение правил королевского этикета, силу духа.

В отношении к королеве ее поданных преобладает позитивная оценка. Носители британской лингвокультуры высоко оценивают умение королевы с достоинством представлять Великобританию на международной арене. Однако, отдельные черты ее характера получили критическую оценку. Отрицательно маркированными характеристиками поведения королевы являются снобизм, жесткость, отсутствие чувства юмора, холодность [13].

Появление и укрепление института монархии на Британских островах повлияло на культурное содержание языка населяющих их народов. Большой интерес представляет влияние данной формы власти на языковую культуру Великобритании. Речь королевы, называемая британцами «Queen's English», представляет собой грамматически правильную речь английской аристократии. В отличие, например, от «BBC English», языка британских СМИ, где современные нормы допускают употребление различных акцентов, «Queen's English» представляет собой особую форму английского языка, имеющую определенные фонетические особенности. Речь королевы соответствует норме произношения RP («received pronunciation»), принятой в высшем обществе и противостоящим остальным социально-территориальным типам произношения. Фонетически правильная речь королевы в сочетании с индивидуальными особенностями произношения создает своеобразный акцент.

Важными характеристиками речи королевы являются ее официальность, сдержанность, рациональность и строгость. Эти характеристики отмечаются не только в речи королевы, но и в ее поведении. Жители Великобритании видят в своей королеве хранителя культуры и традиций своего народа и страны.

Внешний облик британской королевы является непосредственной составляющей ее имиджа. Как известно, она очень консервативна в нарядах. Классические костюмы, однотонные пальто и шляпки являются неизменным атрибутом ее гардероба. Цветовая гамма ее одежды привлекает внимание публики и несет положительный заряд. Необходимо отметить элегантность нарядов королевы и эффектность ее украшений. Хотя в нарядах меняется цветовая гамма, стиль одежды остается неизменным, что свидетельствует о консервативности и стабильности. Известно, что жители Великобритании очень ценят стабильность и гордятся этим.

Во время официальных церемоний королева бывает представлена по-другому. Например: *I imagine her in her finery, a long velvet cloak trimmed with white fur and ermine, with a diamond crown on her head. Her dresses are of immense beauty fixed with jewels which shimmer and sparkle in the*

sunlight. – Я представляю ее в королевском убранстве, в длинной бархатной мантии, отделанной белым мехом и горностаем, в бриллиантовой короне. Ее одежда потрясающе красива, украшена драгоценностями, которые мерцают и сияют на солнце [13].

В приведенном выше примере Елизавета II представлена в королевском одеянии, принятом на официальных церемониях. Очевидно, что основной целью такого наряда является создание эффекта величественности и великолепия. К характерным чертам визуальной составляющей имиджа королевы, имеющим позитивную оценку, можно отнести следующие: *великолепная, элегантная, представительная.*

В следующем примере британский житель описывает образ королевы в неофициальной обстановке: *I like the images of her in a waxed jacket in the Scottish countryside with her dogs, she wears a scarf on her head and looks quite homely. – Мне нравится, когда она в жакете воскового цвета на загородной прогулке в Шотландии со своими собаками, на голове у нее платок и она выглядит совсем домашней [13].*

В приведенном примере королева представлена как обычная женщина, одетая не в роскошные убранства с ювелирными украшениями, а в повседневную одежду. Если аудитория видит, как королева прогуливает своих собак, то она делает вывод о том, что королева обладает такими же человеческими качествами, как и простые люди.

Образ жизни королевы часто ассоциируется с роскошью и богатством. К негативным сторонам событийной составляющей имиджа королевы можно отнести однообразие, монотонность жизненного уклада, а также невозможность прекращения деятельности монарха по его желанию. С точки зрения носителей британской лингвокультуры монарх, несмотря на многие преимущества, достоин сочувствия, так как основной характеристикой образа жизни короля или королевы является отсутствие возможности выбора другого, некорольского образа жизни.

Одной из традиций, являющейся значимой для укрепления позитивного имиджа королевы и ее семьи, является ежегодное обращение королевы к жителям Великобритании и стран Содружества с рождественской речью. Представляет определенный интерес проанализировать рождественские обращения Елизаветы II. Впервые королева выступила с рождественским посланием к нации в 1952 году, а в 1957 году речь монарха впервые транслировалась по телевидению. Основателем традиции является дед Елизаветы II король Георг V. Его речь, которая транслировалась по радио 25 декабря 1932 года, подготовил английский писатель Р. Киплинг. Данная традиция прерывалась дважды, в 1936 и 1938 году. После начала Второй мировой войны в 1939 году король Георг VI решил ее возродить и упрочить с целью укрепления духа британского народа. В отличие от других выступлений, королева готовит текст рождественского обращения без помощи премьера и вкладывает в послание много личного. Известно, что имидж оратора играет большую роль в повышении эффективности публичного выступления. Благодаря позитивному имиджу, усиливаются позиции лидера. Имиджмейкеры и спичрайтеры коллективными усилиями создают такие публичные выступления, в которых осуществляется воздействие на массовое сознание и на которые реакция адресата заранее предсказуема. Аудитория обычно воспринимает сообщения такими, какими они были задуманы. В данном случае процесс воздействия на массовое сознание является более контролируемым [16]. Представляется уместным отметить, что особенности устной коммуникации, в частности, публичной речи, исследуются в работах многих отечественных и зарубежных лингвистов [7, 16–23].

В своих рождественских обращениях королева подводит итог событиям уходящего года. В анализируемых обращениях обычно применяется прямая техника введения, используя которую оратор начинает речь с описания прошедших событий. Характерной чертой таких выступлений является отсутствие приветствия и обращения в начале речи. Например: *This past year has been one of the great celebration for many. The enthusiasm which greeted the Diamond Jubilee was, of course, especially memorable for me and my family. It was humbling that so many chose to mark the anniversary of a duty which passed to me sixty years ago. People of all ages took the trouble to take part in various ways and in many nations. But perhaps most striking of all was to witness the strength of fellowship and friendship among those who had gathered together on these occasions* [30]. В приведенном выше примере речь королевы начинается с описания главных событий уходящего года: празднования бриллиантового юбилея, 60-летия пребывания королевы на престоле. Это знаменательное событие в жизни королевы и ее семьи с большим энтузиазмом отмечалось в Великобритании и странах Содружества.

В начале рождественских обращений оратор останавливается более подробно на событиях, которые произошли в Великобритании, странах Содружества и мировом сообществе за прошедший год. Каждый год в жизни происходят как радостные, так и неприятные события, случаются природные катаклизмы, страна испытывает экономические трудности. Например: *Prince William travelled to New Zealand and Australia in the aftermath of earthquakes, cyclones and floods... // There have been storms and droughts as well as epidemics and famine // ...the world suffered a number of terrible natural disasters, including a huge tsunami in South East Asia, a series of hurricanes in Caribbean, disastrous floods in New Orleans, and an earthquake in Pakistan.* – В приведенном выше примере говорится о природных катаклизмах, таких как землетрясения, циклоны, наводнения, цунами и ураганы.

При описании неприятных событий используется негативно окрашенная лексика, например, существительные: *death, destruction, tragedy, disaster, disturbances, terrorism, war, bombing, danger, victim, conflict, grief, earthquakes, cyclone, flood, terrorist, trial, storms, drafts, horror, tragedy, grief, death, sadness, violence, epidemics, famine, conflicts, sadness, pain, fear*; прилагательные: *dreadful, brutal, striking, terrible, bad*, а также словосочетания, которые вызывают в воображении людей ярко выраженные негативные ассоциации: *devastating consequences, continue to suffer* и другие. При описании ярких событий уходящего года используется позитивно окрашенная лексика. Например: *peace, success, love, renewal, warmth, faith, respect, kindness, forgiveness, friendship, progress, tolerance, inspiration, happiness, wonderful, triumphing, joyous, brilliant, etc.* Как показывает анализ рождественских обращений, по ходу речи наблюдается постепенный переход от использования негативно окрашенной лексики к использованию позитивно окрашенной лексики, в результате чего к концу речи у слушателей создается благоприятное настроение.

Следует отметить, что характерной особенностью анализируемых обращений является использование цитат из рождественских песнопений, например: *O Holy Child of Bethlehem, Descend to us we pray, Cast out our sin and enter in, Be born in us today* [27]. Не вызывает сомнений тот факт, что использование таких цитат оказывает определенное эмоциональное воздействие. Чтобы вселить вдохновение и веру в сердца слушателей, в некоторых обращениях используются слова молитвы: *Teach us good lord To serve thee as thou deserves; To give, and not count the cost; To fight and not to heed the wounds; To toil and not to seek the rest; To labour and not to ask for any reward; Save that of knowing that we do thy will* [27]. Обращаясь в словах молитвы к Всевышнему, королева укрепляет веру в то лучшее, что принесет наступающий год. В обращениях

напоминается об исторической миссии Спасителя, например: *God sent into the world a unique person – neither a philosopher nor a general – but a Saviour* [27]. В обращениях подчеркивается важность уважительного отношения к представителям разных национальностей, религий и культур, например: *We all have something to learn from one another, whatever our faith – be it Christian or Jewish, Muslim, Buddhist, Hindu or Sikh – whatever our background, whether we be young or old, from town or countryside* [26].

В рождественских обращениях упоминаются не только события в стране и в мировом сообществе, но и о событиях, произошедших в уходящем году в королевской семье. Королева обычно сообщает о приятных событиях и говорит о трудностях, например: *It is vitally important that we all should participate and cooperate for the sake of the wellbeing of the whole community. We have only to look around to recognise the benefits of this positive approach in business or local government, in sport, music and the arts* [28]. Подчеркивается роль семьи в жизни каждого человека, семья рассматривается как одна из главных ценностей: *...it's important at this time of the year to reach out beyond our familiar relationships to think of those who are on their own... // ...I know that all our thoughts at this time are with the families*. В обращениях упоминаются также такие ценности как любовь, доброта, взаимопонимание, готовность прийти на помощь. Например: *We must never forget the plight of the disadvantaged and excluded, that we must respond to the needs of those who may be in distress or despair... // ...There may be an instinct in all of us to help those in distress... // ...People of compassion responded with immediate practical and financial help*.

В обращениях прослеживается временная связь прошлое/настоящее/будущее: *As we come together amongst family and friends and look forward to the coming year, I hope that in the months to come we shall be able to find ways of strengthening our own communities as a sure support and comfort to us all – whatever may lie ahead. As we come together amongst family and friends and look forward to the coming year, I hope that in the months to come we shall be able to find ways of strengthening our own communities as a sure support and comfort to us all – whatever may lie ahead.* – В приведенном примере выражается надежда на то, что при любых обстоятельствах будут найдены правильные решения проблем.

Заканчивается рождественское обращение, как правило, пожеланием счастливого Рождества: *I wish you all a very happy Christmas // A happy Christmas to all you // I wish you all a very happy Christmas together // I hope you will all have a very happy Christmas this year and that you go into the New Year renewed hope and confidence*.

Композиционно рождественское обращение состоит из нескольких частей: вступления, в котором отражаются события уходящего года; основной части, в которой, как правило, упоминается о человеческих ценностях и добродетелях, и заключительной части с пожеланиями счастливого Рождества. В обращениях наблюдается использование элементов разговорного стиля, а именно использование союза *but* в начале предложения с целью достижения простоты, доступности, выразительности речи, создания впечатления меньшей официальности. Например: *But whilst many of these events were of natural origin, it was the human conflicts and the wanton acts of crime and terror against fellow human beings which have so appalled us all* [26].

Экспрессивность рождественских обращений создается с помощью различных средств. В речи королевы наблюдается использование эмфатических моделей: *Indeed, sadly, it seems that it's tragedy that often draws out the most and the best from the human spirit* [29]. Наблюдается использование аллитерации, то есть повтора звуков для усиления экспрессивности речи, например: *Families, friends, and communities often find a source of courage rising up from within* [29]. Часто

используется синтаксический параллелизм, например: *We've seen that it's in hardship that we often find strength from our families; it's in a crisis that communities break down barriers and bind together to help one another... // It can heal broken families, it can restore friendships and it can reconcile divided communities* [29]. В обращениях используются противопоставления, например: *God sent into the world a unique person – neither a philosopher nor a general – but a Saviour*. Необходимо отметить использование метафор, которые переносят названия и свойств одного объекта на другой по принципу их сходства: *forgiveness blossomed, lens of history*.

В своем последнем рождественском обращении 2015 года королева отметила, что прошедший год принес много испытаний, что были моменты «темноты», однако, как говорится в Библии, «в темноте сияет свет и темнота не победит этот свет» – *«It is true that the world has had to confront moments of darkness this year, but the Gospel of John contains a verse of great hope, often read at Christmas carol services: “The light shines in the darkness, and the darkness has not overcome it.”»* [31]. В данном случае используется метафора, с помощью которой подчеркивается мысль о том, что добро побеждает зло и что есть надежда. Далее королева говорит о связи поколений, о рождении ее правнучки и о том, как радостно наблюдать за детьми, украшающими рождественскую елку: *«One of the joys of living a long life is watching one's children, then grandchildren, then great-grandchildren, help decorate the Christmas tree. And this year my family has a new member to join in the fun»* [31].

Королева использует в своей речи местоимения *we, us, our*, подчеркивая этим единение с народом. Например: *We in this country have tried to bring comfort to all those who were bereaved, or who suffered loss or injury in September's tragic events through those moving services at St Paul's and more recently at Westminster Abbey... it was the human conflicts and the want on acts of crime and terror against fellow human beings which have so appalled us all... // ...Every one of us needs to believe in the value of all that is good and honest; we need to let this belief drive and influence our actions... // ...All the major faiths tell us to give support and hope to others in distress*. На лексическом уровне речь королевы характеризуется заменой местоимения «*I*» местоимением «*one*» (в неофициальной обстановке) и «*my husband and I*» (в официальных выступлениях), а также частым повтором вводной конструкции «*I say*». Местоимение «*one*», являющееся одним из способов выражения категории персональности, приобрело в современном английском языке выраженное оценочно-статусное значение в связи с тем, что активно употребляется королевой Елизаветой Второй вместо личного местоимения «*I*».

Суммируя изложенное выше можно сделать вывод о том, что имидж королевы Елизаветы II представляет собой особый вид имиджа – имидж института власти, который включает в себя личностный имидж, то есть имидж монарха. Речь королевы представляет собой особую форму английского языка «*Queen's English*», употребляемую представителями высшего класса и отличающуюся от других форм английского языка фонетическими характеристиками. Важнейшей ценностью в поведении британской королевы является осознание ею своей миссии как хранителя британской монархической традиции. С помощью публичных обращений королевы в сознании британцев поддерживается положительный образ монарха. В коммуникативном поведении королевы проявляется патриотизм, чувство долга, верность традиции, соблюдение правил королевского этикета. Отношение к королеве в английском индивидуальном сознании в большинстве случаев позитивно. Высоко оценивается умение королевы с достоинством представлять Великобританию на международной арене. Критической оценке под-

вергаются такие отрицательно маркированные характеристики поведения королевы как снобизм, отсутствие чувства юмора, холодность. В настоящее время в коллективном языковом сознании британцев с помощью вербальных и невербальных средств сформирован позитивный имидж правящей королевы Елизаветы II. Необходимо отметить важность общественного мнения, представляющего собой неопределимый источник информации об имидже английской монархии.

Литература

1. Панасюк А. Ю. *Формирование имиджа*. М.: Омега-Л., 2006.
2. Почепцов Г. Г. *Имиджелогия*. М.: Рефл Бук Ваклер, 2000.
3. Постникова Л. В. Просодия и политический имидж оратора (на материале речей американских президентов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Л., 2003.
4. Тер-Минасова Д. И. *Имидж монархии Великобритании: история и современность: монография*. М.: МГИМО-Университет, 2012.
5. Фрейдина Е. Л. *Публичная речь и ее просодия*. М.: Прометей МПГУ, 2005.
6. Чикилева Л. С. Имидж оратора как средство прагматического воздействия на общественное сознание // Язык и межкультурная коммуникация. Материалы I межвузовской научно-практической конференции 19–20 апреля 2004 г. СПб.: Изд-во СПбГУП, 2004. С. 73–75.
7. Чикилева Л. С. Роль предвыборных публичных обращений первой леди США в формировании имиджа президента и в оказании речевого воздействия на избирателей // *Российский гуманитарный журнал*. 2013. Том 2. №1. С. 76–86.
8. Голошумова О. И. Роль интонации и других языковых средств в формировании и оптимизации имиджа политического лидера (на материале публичных выступлений американских политических деятелей): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2002.
9. Богданов Е. Н., Зазыкин В. Г. *Психологические основы "Паблик рилейнз"*. 2-е изд. СПб.: Питер, 2003.
10. Карасик В. И., Слышкин Г. Г. Лингвокультурный концепт как единица исследования // *Методологические проблемы когнитивной лингвистики*. Воронеж: ВГУ, 2001. С. 75–80.
11. Дмитриева О. А. Лингвокультурный типаж: определение, подходы к изучению // *Вестник Волгоградского государственного архитектурно-строительного ун-та. Серия: Гуманитарные науки*. 2006. Вып. 6. С. 217–223.
12. Ивушкина Т. А. Лингвокультурный типаж «английский аристократ» // *Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажии*. Волгоград: Парадигма, 2005. С. 62–74.
13. Мурзинова И. А. Лингвокультурный типаж «британская королева»: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2009.
14. Мурзинова И. А. Подходы к проблеме классификации лингвокультурных типажей // Язык. Культура. Коммуникация: Материалы 2-й Международной научной конференции. Волгоград, 2008.
15. Мурзинова И. А. Речевой портрет лингвокультурного типажя «британская королева» // *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. 2009. №2. С. 46–49.
16. Чикилева Л. С. *Риторический дискурс: когнитивно-прагматический и структурно-стилистический аспекты*. Москва: Флинта, 2005.
17. 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.
18. Карасик В. И. *Язык социального статуса*. Волгоград: Перемена, 1992.
19. Карасик В. И. *Языковой круг: личность, концепты, дискурс*. Волгоград: Перемена, 2002.
20. Beebe S. A. *Public Speaking: an audience centered approach*. 5th ed. Boston, 2003.
21. Buck R. Recent approaches to nonverbal receiving ability // *The social interaction sphere*. Beverly Hills, CA: Sage, 1995. Pp. 209–242.
22. Quibien N. R. *How to be a Great Communicator: in person, on paper and on the podium*. New York: John Wiley & Sons, 1997.
23. Samovar L. A. *Oral Communication. Speaking Across Cultures*. Los Angeles: Roxbury Publishing Company, 2000.
24. The Queen and the Royal Family. URL: <http://teacherluke.co.uk/2012/06/04/the-queen-and-the-royal-family/>
25. The British Monarchy. URL: <http://www.royal.gov.uk/hmthequeen/dayinthelife/queensworkingday.aspx>

26. Christmas broadcast 2001. URL: <http://www.royal.gov.uk/imagesandbroadcasts/thequeenschristmasbroadcasts/christmasbroadcasts/christmasbroadcast2001.aspx>
27. Christmas broadcast 2003. URL: <http://www.royal.gov.uk/imagesandbroadcasts/thequeenschristmasbroadcasts/christmasbroadcasts/christmasbroadcast2003.aspx>
28. Christmas broadcast 2004. URL: <http://www.royal.gov.uk/imagesandbroadcasts/thequeenschristmasbroadcasts/christmasbroadcasts/christmasbroadcast2004.aspx>
29. Christmas broadcast 2011. URL: <http://www.royal.gov.uk/imagesandbroadcasts/thequeenschristmasbroadcasts/christmasbroadcasts/christmasbroadcast2011.aspx>
30. Christmas broadcast 2012. URL: <http://www.royal.gov.uk/imagesandbroadcasts/thequeenschristmasbroadcasts/christmasbroadcasts/christmasbroadcast2012.aspx>
31. Christmas broadcast 2015. URL: <http://www.royal.gov.uk/imagesandbroadcasts/thequeenschristmasbroadcasts/christmasbroadcasts/christmasbroadcast2015.aspx>

Поступила в редакцию 17.03.2016 г.

DOI: 10.15643/libartrus-2016.2.11

The role of verbal and nonverbal means in image creation

© L. S. Chikileva

*Financial University under the Government of the Russian Federation
23 Oleko Dundich St., GSP-5 123995 Moscow, Russia.*

Email: lchikileva@fa.ru

In the article various means that are used for creating the image of Elizabeth II are studied. The choice of the subject matter for the analysis is determined by the interest to the British royal family. The author considers various definitions of the concept “image” and analyzes its characteristic features. It is noted that image can be positive and negative, controlled and uncontrolled, desired and actual. The image helps to show particular traits of a personality. It is based on the person’s appearance, his or her manners, hobbies, interests, speech peculiarities. It is known that such factors as family environment, sports, pets and hobbies play a great role in the creation of the image. There are the following aspects of the image: professional, social and portrait. Special attention is paid to verbal and non-verbal means of creating an image. The main lexical, phonetic and stylistic characteristic features of the monarch’s Christmas Broadcasts have been singled out. A positive image of the monarch is created with the help of verbal and nonverbal means. The Queen’s public addresses and Christmas broadcasts may serve as an example of verbal means used for image creation. Patriotism, sense of duty, loyalty to traditions, adherence to the rules of Royal etiquette is evident in the communicative behavior of the Queen. It is noted that public addresses play a certain role in the creation of a positive image of the English Queen.

Keywords: *image, verbal means, nonverbal means, queen, Elizabeth II, royal family, Christmas Broadcast.*

Published in Russian. Do not hesitate to contact us at edit@libartrus.com if you need translation of the article.

Please, cite the article: Chikileva L. S. The role of verbal and nonverbal means in image creation // *Liberal Arts in Russia*. 2016. Vol. 5. No. 2. Pp. 220–232.

References

1. Panasyuk A. Yu. *Formirovanie imidzha [Formation of the image]*. Moscow: Omega-L., 2006.
2. Pocheptsov G. G. *Imidzhelogiya [Imageology]*. Moscow: Refl Buk Vakler, 2000.
3. Postnikova L. V. Prosodiya i politicheskii imidzh oratora (na materiale rechei amerikanskikh prezidentov): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. L., 2003.
4. Ter-Minasova D. I. *Imidzh monarkhii Velikobritanii: istoriya i sovremennost': monografiya [The image of the monarchy of Great Britain: history and modernity: monograph]*. Moscow: MGIMO-Universitet, 2012.
5. Freidina E. L. *Publitsnaya rech' i ee prosodiya [Public speech and its prosody]*. Moscow: Prometei MPGU, 2005.
6. Chikileva L. S. Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikatsiya. Materialy I mezhvuzovskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii 19–20 aprelya 2004 g. Saint Petersburg: Izd-vo SpbGUP, 2004. Pp. 73–75.
7. Chikileva L. S. *Liberal Arts in Russia*. 2013. Vol. 2. No. 1. Pp. 76–86.
8. Goloshumova O. I. Rol' intonatsii i drugikh yazykovykh sredstv v formirovanii i optimizatsii imidzha politicheskogo lidera (na materiale publitsnykh vystuplenii amerikanskikh politicheskikh deyatelei): avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. Moscow, 2002.
9. Bogdanov E. N., Zazykin V. G. *Psikhologicheskie osnovy “Pablik rileishnz” [Psychological basis of “Public relations”]*. 2 ed. Saint Petersburg: Piter, 2003.
10. Karasik V. I., Slyshkin G. G. *Metodologicheskie problemy kognitivnoi lingvistiki*. Voronezh: VGU, 2001. Pp. 75–80.
11. Dmitrieva O. A. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo arkhitekturno-stroitel'nogo un-ta. Seriya: Gumanitarnyi nauki*. 2006. No. 6. Pp. 217–223.

12. Ivushkina T. A. *Aksiologicheskaya lingvistika: lingvokul'turnye tipazhi*. Volgograd: Paradigma, **2005**. Pp. 62–74.
13. Murzinova I. A. *Lingvokul'turnyi tipazh «britanskaya koroleva»: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk*. Volgograd, **2009**.
14. Murzinova I. A. *Yazyk. Kul'tura. Kommunikatsiya: Materialy 2-i Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii*. Volgograd, **2008**.
15. Murzinova I. A. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*. **2009**. No. 2. Pp. 46–49.
16. Chikileva L. S. *Ritoricheskii diskurs: kognitivno-pragmaticheskii i strukturno-stilisticheskii aspekty [Rhetorical Discourse: Cognitive-pragmatic and structural-stylistic aspects]*. Moscow: Flinta, **2005**.
17. Zaretskaya E. N. *Kommunikatsiya: kontseptual'nye i prikladnye aspekty*. Rostov-na Donu: Izd-vo IUBiP, **2004**. Pp. 86–87.
18. Karasik V. I. *Yazyk sotsial'nogo statusa [The language of social status]*. Volgograd: Peremena, **1992**.
19. Karasik V. I. *Yazykovoï krug: lichnost', kontsepty, diskurs [Linguistic circle: personality, concepts, discourse]*. Volgograd: Peremena, **2002**.
20. Beebe S. A. *Public Speaking: an audience centered approach*. 5th ed. Boston, **2003**.
21. Buck R. *The social interaction sphere*. Beverly Hills, CA: Sage, **1995**. Pp. 209–242.
22. Quibain N. R. *How to be a Great Communicator: in person, on paper and on the podium*. New York: John Wiley & Sons, **1997**.
23. Samovar L. A. *Oral Communication. Speaking Across Cultures*. Los Angeles: Roxbury Publishing Company, **2000**.
24. The Queen and the Royal Family. URL: <http://teacherluke.co.uk/2012/06/04/the-queen-and-the-royal-family/>
25. The British Monarchy. URL: <http://www.royal.gov.uk/hmthequeen/dayinthelife/queensworkingday.aspx>
26. Christmas broadcast 2001. URL: <http://www.royal.gov.uk/imagesandbroadcasts/thequeenschristmasbroadcasts/christmasbroadcasts/christmasbroadcast2001.aspx>
27. Christmas broadcast 2003. URL: <http://www.royal.gov.uk/imagesandbroadcasts/thequeenschristmasbroadcasts/christmasbroadcasts/christmasbroadcast2003.aspx>
28. Christmas broadcast 2004. URL: <http://www.royal.gov.uk/imagesandbroadcasts/thequeenschristmasbroadcasts/christmasbroadcasts/christmasbroadcast2004.aspx>
29. Christmas broadcast 2011. URL: <http://www.royal.gov.uk/imagesandbroadcasts/thequeenschristmasbroadcasts/christmasbroadcasts/christmasbroadcast2011.aspx>
30. Christmas broadcast 2012. URL: <http://www.royal.gov.uk/imagesandbroadcasts/thequeenschristmasbroadcasts/christmasbroadcasts/christmasbroadcast2012.aspx>
31. Christmas broadcast 2015. URL: <http://www.royal.gov.uk/imagesandbroadcasts/thequeenschristmasbroadcasts/christmasbroadcasts/christmasbroadcast2015.aspx>

Received 17.03.2016.