

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>
World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2022, №4, Том 13 / 2022, No 4, Vol 13 <https://sfk-mn.ru/issue-4-2022.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/09FLSK422.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Коробова, Н. В. Стратегии и тактики построения имиджа Королевы Великобритании и Северной Ирландии Елизаветы II / Н. В. Коробова, Т. Ю. Колосова, Н. А. Цыбина // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2022. — Т. 13. — № 4. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/09FLSK422.pdf>

For citation:

Korobova N.V., Kolosova T.Yu., Tsybina N.A. The strategies and tactics of image-building of Queen of Great Britain and Northern Ireland Elisabeth II. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*. 2022; 13(4): 09FLSK422. Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/09FLSK422.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

Коробова Наталья Владимировна

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н. А. Добролюбова»,
Нижегород, Россия
Доцент

Кандидат филологических наук, доцент
E-mail: nataliekorobova2017@inbox.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1824-8541>

РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=1152778

Колосова Татьяна Юрьевна

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н. А. Добролюбова»,
Нижегород, Россия
Доцент

Кандидат филологических наук, доцент
E-mail: kolosova@lunn.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7193-7798>

РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=666416

Цыбина Надежда Александровна

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н. А. Добролюбова»,
Нижегород, Россия
Доцент

Кандидат филологических наук
E-mail: tsnadezhda@yandex.ru

Стратегии и тактики построения имиджа Королевы Великобритании и Северной Ирландии Елизаветы II

Аннотация. В статье рассматривается языковой имидж Королевы Великобритании и Северной Ирландии Елизаветы II, построенный при помощи коммуникативных стратегий и тактик, адекватных мотивам и целям данной публичной личности. Авторами описаны теоретические аспекты феномена имиджа и модели его построения в рамках дискурса языковой личности, а также определены понятия «коммуникативные стратегии» и «тактики». Фактический материал анализируется на основе применения методов сквозного текстового анализа, структурно-семантического анализа, ситуативно-прагматического анализа, контекстуального анализа и сравнительно-сопоставительного анализа. Как показало исследование, «корневыми» в имиджеобразующих стратегиях и тактиках Королевы являются интенции успокоения, положительного настроения и информирования, соответственно, наиболее часто используемыми стратегиями — стратегии самопрезентации и эмоционально-

положительно-настраивающие стратегии. Королева демонстрирует свои положительные качества или говорит о чем-то положительном, вуалируя то, что может негативно отразиться на ее имидже, тем самым стремясь к установлению контакта с аудиторией. Она фактически не прибегает к использованию эмоционально-отрицательно-настраивающих стратегий, выступая с критикой или негативной оценкой того или иного события лишь тогда, когда дело касается интересов ее страны, либо тогда, когда нарушаются принципы демократии. Средства языковой выразительности достаточно скудны, что объясняется ненужностью в получении голосов электората. Основными стилистическими средствами, использованными в речи Елизаветы II, являются единицы синтаксического уровня. Грамотно выстроенная речь Королевы, не осложненная большим количеством стилистических средств и грамматических конструкций, делает ее речь близкой и понятной всем подданным: от титулованной аристократии до представителей рабочего класса, что позволяет Ее Величеству создать имидж близкой к народу королевы. Практическая значимость настоящего исследования состоит в том, что его материалы могут быть использованы практикующими специалистами по связям с общественностью и рекламе для повышения эффективности процесса создания имиджа.

Ключевые слова: языковой имидж; публичная личность; дискурс; интенции говорящего; коммуникативные стратегии и тактики; самопрезентация; языковая выразительность

Введение

В последнее время понятие «имидж» стало рассматриваться не просто как средство различного рода манипуляций, а как необходимый элемент самореализации человека, что становится особенно **актуальным** для публичных людей. В связи с этим возрастает интерес к изучению коммуникативных стратегий и тактик, благодаря которым формируется той или иной имидж, а также языковых средств их реализации. Представляется необходимым теоретическая систематизация накопленных знаний о процессе формирования имиджа, факторах и стратегиях его реализации, а также создание адекватной модели имиджа в дискурсе личности.

Целью настоящего исследования представляется теоретический анализ и эмпирическое изучение личностных и ситуационных факторов, определяющих выбор вербальных стратегий и тактик, а также выявление конкретных критериев, необходимых для создания нужного имиджа.

Предметом данного исследования являются составляющие имиджа публичного деятеля, имиджеобразующие стратегии и тактики, а также система лингвистических средств, характерных для построения текста со значительным аргументативным потенциалом.

Материал и методы

Материалом эмпирического исследования послужили самые известные речи Королевы Елизаветы II, взятые из сети Интернет.

Фактический материал анализируется на основе применения следующих **методов**:

- сквозного текстового анализа;
- структурно-семантического анализа;
- ситуативно-прагматического анализа;
- контекстуального анализа;

- сравнительно-сопоставительного анализа.

Обсуждение и анализ результатов исследования

На современном этапе развития лингвистики все большее внимание уделяется проблемам связи личности и языка, культуры и языка, что позволяет говорить о ее антропоцентрической ориентации. Узнать о картине мира индивида или определенного социума представляется возможным при изучении языкового оформления, где язык выступает не просто как средство коммуникации или передачи и выражения мысли, но и как оформление концептуального мира человека [1].

В данной работе представляется возможным специфицировать понятие «публичная языковая личность», то есть языковая личность в условиях публичного общения, где традиционно под публичной сферой общения понимается коммуникация, предполагающая контакт оратора и аудитории. Таким образом, публичную языковую личность можно определить как «личность, которая имеет регулярный опыт публичных выступлений и сложившийся речевой имидж, способствующий созданию известности, популярности человека или идеи» [2, с. 61].

Становление языковой личности в общем, и публичной языковой личности, в частности, происходит в процессе познания, коммуникации, социокультурного взаимодействия, то есть индивид становится языковой личностью только в процессе социализации, которая предполагает: (1) процесс включения человека в определенные социальные отношения, в результате которого «языковая личность оказывается своего рода реализацией культурно-исторического знания всего общества»; (2) активную речемыслительную деятельность по нормам и эталонам, заданным той или иной этноязыковой культурой; (3) процесс усвоения и воплощения в своем поведении социальной психологии народа [3].

Что касается структуры языковой личности, здесь лингвистика опирается на знания психологии, в которой принято выделять 4 подструктуры в структуре личности:

- первая социально обусловлена, отражает индивидуально преломленное групповое общественное сознание, формами существования данной подструктуры являются влечения, желания, склонности, мировоззрение, убеждения;
- вторая подструктура представляет собой знания, умения, навыки и привычки, приобретенные в личном опыте;
- третья подструктура представлена индивидуальными особенностями отдельных психических процессов или психических функций как формами психического отражения: память, эмоции, ощущение, восприятие, чувства, воля;
- четвертая есть свойства темперамента или типологические свойства личности [4].

Модель языковой личности (дискурса) разграничивает язык, интеллект и действительность и предлагает трехуровневое видение ее структуры: вербально — семантический (лексикон); когнитивный (тезаурус); мотивационно — прагматический (прагматикон).

Единицами вербально — семантического уровня в структуре языковой личности являются слова, словосочетания, этот уровень предполагает нормальное владение носителем естественным языком. Когнитивный уровень представлен понятиями, идеями и концептами. Мотивационно — прагматический уровень в структуре языковой личности включает в себя цели, мотивы, интересы, установки и интенциональности [5]. Наиболее трудным для

исследования предстает мотивационный уровень, представленный коммуникативно-деятельностными потребностями, коммуникативно объединяющими языковую личность с партнерами по общению.

В данной работе понятие «имидж» рассматривается в рамках коммуникативно-прагматического направления. Ввиду того, что целью данного направления является установление «отношения между высказыванием, говорящим и контекстом в рамках человеческой деятельности» [6], объектом становится сам человек и свойственные ему в момент осуществления речевого действия характеристики, которые ложатся в основу антропоцентрического подхода. Таким образом, под имиджем понимается направленное формирование у адресата определенного мнения, заданного адресантом, с учетом коммуникативных интенций и условий ситуации общения.

Имидж, будучи многоуровневой структурой, складывается из разных экстралингвистических составляющих, таких как манеры, внешность, поступки, окружение. Однако данная работа не предусматривает изучение влияния всех этих составляющих на имидж, важным в рамках этого исследования является только то, что оказывает влияние на речевое поведение языковой личности, например, ситуация или целевая аудитория. Таким образом, целесообразнее говорить о речевом имидже, который формируется под воздействием различных внелингвистических факторов.

Вслед за О. Иссерс можно выделить в структуре имиджа доминанты, то есть основные качества, на основе которых формируется имидж с учетом «динамики в соотношении реальных качеств личности и смоделированных, обусловленных ролевой установкой», определяющихся понятиями античной риторики *Persona* и *Ethos* [7, с. 72]. Характер аудитории (знакомая/незнакомая), тип отношений (интимные/официальные; дружеские/враждебные и т. п.), сложившийся между коммуникантами, также оказывают влияние на степень свободы выбора между *Ethos* и *Persona*.

Имидж, как отмечалось ранее, может иметь 2 разнонаправленные задачи: или целенаправленно сформировать изначально заданный образ, или подчеркнуть естественные свойства личности. Это в свою очередь порождает двойственное понимание природы имиджа: «как создаваемого образа», с одной стороны, или «как построение коммуникации», с другой [8, с. 32].

В связи с тем, что в рамках данной работы изучается имидж публичной языковой личности, то есть личности, имеющий непосредственный и постоянный контакт с аудиторией, наибольший интерес для исследования представляет модель создания социального имиджа. Успешность создания социального имиджа зависит от правильного проведенного анализа потребностей целевой аудитории и ее ожиданий и, следовательно, в зависимости от них правильного выбора коммуникативных стратегий и тактик, а также языковых средств их реализации. Соответственно, процесс формирования имиджа можно представить следующим образом: мотив — цель — стратегии — тактики прямого и косвенного воздействия — результат: ожидаемый или коммуникативная неудача.

В самом общем смысле речевая стратегия включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана.

В зависимости от степени «глобальности» намерений речевые стратегии могут носить как конкретный характер, определенный конкретными целями (выразить сочувствие, солидарность), так и общий, направленный на достижение более общих социальных целей (установление и поддержание статуса, проявление власти, подтверждение солидарности с группой и т. д.).

Основной целью описания стратегий является выделение типовых тактик, реализующих ту или иную стратегию. «Именно тактики производят впечатление действительно доступных изучению единиц — по-видимому, они и являются практическим инструментом говорящего» [9, с. 20]. Коммуникативный ход рассматривается в данной работе как средство, позволяющее в полной мере раскрыть суть коммуникативной тактики, а следовательно, и коммуникативной стратегии.

Итак, стратегии и тактики определяются и служат целям коммуникативного воздействия, которое представляет собой спланированное воздействие на знания (когнитивный уровень), отношения (аффективный уровень) и намерения адресата в нужном для адресанта направлении.

Успешное планирование и формирование имиджа, а значит, и применение соответствующих коммуникативных стратегий и тактик становится возможным при учете следующих принципов, учитывающих потребности социума и его ожидания:

1. порог доступности, под которым понимаются идеи, играющие важную роль в массовом сознании и не представляющие собой сложных теоретических построений;
2. целесообразность, которая подразумевает актуальность тем, выбранных продуцентом для целевой аудитории, то есть их связность с повседневными потребностями людей, их привычками и нуждами;
3. ожидание осуществления социального идеала, которое является доминирующей моделью осмысления исторического будущего в массовом сознании;
4. бинаризм мышления и оценки, под влиянием одного или другого компонента которого осуществляется принятие или непринятие продуцента [10].

Практическим материалом исследования послужили речи царствующей Королевы Великобритании и Северной Ирландии Елизаветы II Виндзор, анализ которых позволил выявить основные стратегии, используемые в ее речи, коммуникативные тактики и ходы, направленные на реализацию этих стратегий, а также языковые средства их вербализации.

Таким образом, исходя из вышесказанного и на основе представленного теоретического материала, можно предложить следующую классификацию коммуникативных стратегий и тактик, направленных на создание имиджа монарха.

1. Стратегия самопрезентации (позиционирование себя) (тактики отождествления, демонстрации собственных достоинств и демонстрации профессионального успеха).
2. Стратегия построения отношений с другими (позиционирование себя с другими), а именно эмоционально-положительно-настраивающие стратегии (тактики сближения/создания «круга своих», поучения — проповеди, обещания, сочувствия, извинения) и эмоционально-отрицательно-настраивающие стратегии (тактики дистанцирования/создания «круга чужих», неодобрения и порицания).

Однако подобного рода схематичное выделение коммуникативных стратегий и тактик является невозможным непосредственно в речах Королевы Елизаветы II, так как в одном и том же высказывании, как правило, содержащем несколько интенций, пересекаются соответственно и несколько стратегий и тактик, поэтому наиболее эффективным видится их описание в совокупности [11].

Главной целью новоиспеченной Королевы Елизаветы II, взойшедшей на престол после смерти своего отца Георга VI, короля любимого и уважаемого народом, было расположить народ Британии к себе, установить контакт с аудиторией, направленный на демонстрацию своих качеств и формирования определенного желаемого отношения к ним, то есть в данном случае можно говорить об использовании стратегии самопрезентации.

Королева демонстрирует такие личностные качества как ответственность, смелость, решительность и последовательность.

Используя тактику отождествления, она, во-первых, позиционирует себя как представительницу династии Виндзор и, во-вторых, как непосредственную преемницу отца, апеллируя к его авторитету и авторитету предков. Она демонстрирует не свои собственные достоинства, а мощь, силу, значение «стоящей за спиной» института монархии. В своей первой речи еще до коронации она ссылается на отца: Each Christmas, at this time, my beloved father broadcast a message to his people in all parts of the world. Today I am doing this to you, who are now my people. As he used to do, I am speaking to you from my own home¹. Ее речь, построенная на параллели, демонстрирующей преемственность поколений, *my father — I, his people — my people* направлена на то, чтобы эксплицитно обозначить тот факт, что она, являясь представительницей древнего рода, собирается продолжать политику отца и его предшественников, с уважением отмечая то, что они сделали во благо страны: *My father, and my grandfather before him, worked all their lives to unite our peoples ever more closely, and to maintain its ideals which were so near to their hearts. I shall strive to carry on their work*¹.

Молодая Королева двояко относится к своему возрасту (во время вступления на престол Елизавете II было всего 25 лет). Еще принцесса Елизавета произносит на свой 21-й день рождения: *Will you, the youth of the British family of nations, let me speak on my birthday as your representative?*¹ как будто просит разрешения говорить, что автоматически делает ее в глазах подданных не монаршей особой, призванной повелевать, а служителем народа, с которым она согласовывает все действия. Ссылаясь на свой юный возраст, она, как будто предвосхищая возможные ошибки ввиду неопытности, просит за них прощение: *Then, although my experience is so short and my task is so new, I have in my parents and grandparents an example which I can follow with certainty and with confidence*¹. Использование параллельных синтаксических конструкций, построенных по принципу анафоры, и использование уступительного союза *although* позволяют сослаться на смягчающие обстоятельства, а точнее отсутствие у нее опыта управления страной, тем самым эксплицитно минимизируют ее «вину».

С другой стороны, несмотря на достаточно юный возраст, Елизавета II выглядит и говорит очень решительно с готовностью соответствовать своему королевскому титулу:

- *At my Coronation next June, I shall dedicate myself anew to your service.*
- *I may faithfully serve Him and you, all the days of my life.*
- *I have in sincerity pledged myself to your service*¹.

Если в начале своего правления Королева просит своих подданных «сделать скидку» на ее молодость и неопытность, позже она выступает как мудрый, обогащенный опытом правитель. В одной из своих речей Елизавета II, находясь в достаточно солидном возрасте, говорит: *There is no point in regretting the passage of time. Growing older is one of the facts of life, and it has its own compensations. Experience should help us to take a more balanced view of events*

¹ The Seven Most Memorable Speeches Given By Queen Elizabeth II <https://www.buzzfeednews.com/article/ksleyweekman/queen-elizabeth-best-speeches>.

and to be more understanding about the foibles of human nature¹. Свои годы она рассматривает как лучшего учителя, позволившего ей глубже понимать природу бытия.

С первых дней правления Ее Величество видит себя как монарха, близкого к народу, поэтому ее имидж призван соответствовать ожиданиям социальной среды. Стремясь привлечь внимание своего народа, она обращается к близким и понятным ему ценностям. Обозначая общность их интересов, она говорит о семейных ценностях и традициях, понятных всем британцам: I hope that your children are enjoying themselves as much as mine are on a day¹, подчеркивая, что ее дети ничем не отличаются от всех остальных.

Кроме того, чтобы создать ощущение общности и близости Елизавета II использует личное инклюзивное местоимение *we*, которое уже по своей семантике объединяет говорящего и аудиторию, и притяжательное местоимение *our*, несущее семантически такую же функцию: *But we belong, you and I, to a far larger family. We belong, all of us, to the British Commonwealth and Empire... , ... my Coronation, is not the symbol of a power and a splendour that are gone but a declaration of our hopes for the future¹*. В целях эмфазы ею используются обособленные однородные *you and I*, выполняющие конкретизирующую функцию, и синонимичное по значению местоименное словосочетание *all of us*. Наряду с этими синонимичными заменителями эксклюзивного *we* ее Величество также использует такие лексические эквиваленты, как *many of you, like myself; like me, you; I, like many others*.

Руководствуясь тактикой создания «своего круга», Елизавета II в начале своего правления старается заручиться поддержкой своих новоиспеченных подданных:

- *Already you have given me strength to do so.*
- *Throughout this memorable day I have been uplifted and sustained by the knowledge that your thoughts and prayers were with me¹.*

Благодаря использованию Королевой времени Present Perfect в первом примере и Past Simple во втором (суть которых состоит в констатации результата действия или факта его завершения), а также инверсии (перенос обстоятельства времени *already* на первое место в предложении) все вышесказанное воспринимается как данность, нечто уже существующее и не подвергающее сомнению, поддержка со стороны жителей Британской Империи воспринимается ею априори.

Она в свою очередь также демонстрирует заботу о своих подданных, беспокоясь не просто об их финансовом благосостоянии, а даже об их духовном развитии. Довольно часто, особенно в Рождественских речах, Королева обращается к подданным с воззванием, напоминающим религиозную проповедь, что выглядит вполне оправданно и не вызывает особого удивления, ввиду того что именно она является главой Англиканской церкви. Путем ненавязчивой экземплификации и отсылки к библейским темам она пытается в значительно более мягкой форме, по сравнению с приказом или требованием, «наставить» своих подданных на путь истинный, что подчеркивает ее демократический тип правления. Это происходит либо путем прямого цитирования религиозных текстов: *Jesus said: Suffer the little children to come unto me and forbid them not, for of such is the kingdom of God¹* либо путем их косвенной передачи, а значит, и собственного интерпретирования:

- *The story of the Good Samaritan reminds us of our duty to our neighbour. We should try to follow Christ's clear instruction at the end of that story: "Go and do thou likewise.*
- *Christ not only revealed to us the truth in his teachings. He lived by what he believed and gave us the strength to try to do the same — and, finally, on the cross, he showed the supreme example of physical and moral courage¹.*

Последние два примера реализуют функцию фасцинации, то есть вызывают к эмоциям и эстетическому чувству слушателей. В первом случае вербализуется библейский концепт «Возлюби ближнего своего», так Ее Величество призывает к толерантному отношению к людям с ограниченными возможностями, отмечая, что они, будучи такими же «соседями», как и все здоровые люди, нуждаются в особом отношении к себе. Во втором примере Королева, вуалируя неприятную информацию (разразившуюся войну в Аравийском заливе) и избегая комментирования этого события, призывает к обращению к религиозным ценностям, проповедующим идеи добра, мужества и стойкости, тем самым «переключая» внимание аудитории.

В сложные для нации времена Елизавета II через сочувствие показывает свое единство с народом, созвучие с его переживаниями. Одним из таких переломных моментов была гибель Принцессы Дианы в 1997 году. Хотя ввиду непростых отношений Дианы и королевского двора после ее развода с принцем Чарльзом Королева сначала реагирует молчанием на ее смерть, после бури негодования со стороны британцев, вызванной безразличием Елизаветы II, она фактически вынуждена произнести речь, оправдывая свои действия: *We have all been trying in our different ways to cope. It is not easy to express a sense of loss, since the initial shock is often succeeded by a mixture of other feelings: disbelief, incomprehension, anger — and concern for those who remain*¹. Свое молчание она объясняет тем, что скорбь не давала ей говорить, тем самым имплицитно заверяя своих подданных в искренности своих чувств. Кроме того, она выступает не просто как монарх, но и как бабушка детей, которые потеряли мать, что вызывает уже сочувствие к ней самой. Желая максимально исправить свою вину, Королева еще и эксплицитно пытается выразить боль потери и свои неподдельные чувства: *So what I say to you now, as your queen and as a grandmother, I say from my heart*¹. Свою речь Елизавета II заканчивает словами: *I hope that tomorrow we can all, wherever we are, join in expressing our grief at Diana's loss, and gratitude for her all-too-short life*¹. Таким образом, ей удастся не только «снять» с себя вину за свое безразличие, но и обозначить свое единение с подданными в любые времена, даже такие трудные.

Еще одним своего рода отвлекающим манипулятивным приемом является тактика обещания. Она может проявляться в условных предложениях: *If we can keep this spirit alive, life will become better for all of us*¹, где придаточное предложение вербализует условия того, к чему Королева стремится, то, что видит конечным результатом, обозначенном в главном предложении. Кроме того, особенно четко это прослеживается в текстах обращения Ее Величества к Парламенту, данная тактика манифестируется в глаголах будущего времени: *My government will continue to reform the National Health Service by giving more choice to patients, more freedom to NHS staff and more control over hospitals to local communities, My government will continue to make the reduction of crime and the fear of crime a priority*¹.

Создание чувства близости оратора и аудитории представляется также возможным при использовании некоторых грамматических конструкций, например, модели *let us do something*, которая является своего рода побуждением к совместному действию. Королева довольно часто прибегает к использованию предложений с данной грамматической структурой:

- *Let us make the most of it; let us all resolve to communicate as friends in tolerance and understanding.*
- *Let us remember that Christ did not promise the earth to the powerful.*
- *Let us think of them this Christmas...*
- *On this broad foundation let us set out to build a truer knowledge of ourselves and our fellowmen, to work for tolerance and understanding among the nations and to use the*

tremendous forces of science and learning for the betterment of man's lot upon this earth¹.

Последнее предложение, выстроенное Елизаветой II по принципу градации I — my surroundings — peoples — mankind, позволяет достичь наивысшего уровня объединения, начиная с индивида и заканчивая всем человечеством.

Еще одна грамматическая структура, способствующая привлечению и поддержанию внимания целевой аудитории и включению ее в «свой» круг, — риторический вопрос. Такого рода обращения со свойственной им экспрессивностью и патетичностью, созданным за счет сочетание вопросительной формы и утвердительного содержания, выступают средством диалогизации монолога, создавая иллюзию коммуникации:

- Who could have forecast some of the historic world events that have taken place in the last twelve months?
- Without their dedication, where would our churches and charities be, for instance?
- What is this wealth which we have in common and which is so much more than our collective resources, massive though they are?¹

Кроме того, Елизавета II внедряет в свою речь фразы лозунгового характера, стараясь вовлечь в «свой круг» как можно большее количество человек: One of the main objectives of Heads of Government is to make the world a better place for the next generation, One of the main aims of the Commonwealth is to make an effective contribution towards redressing the economic balance between nations, ... the key word for the Commonwealth is cooperation¹. Именные словосочетания a better place, an effective contribution и понятие cooperation помимо недостаточно четкого денотативного значения, которое в свою очередь предопределяет множество субъективных трактовок, не подразумевают наличие контраргумента (вряд ли кто-то скажет, что one of the main objectives of Heads of Government is to make the world a **WORSE** place for the next generation), поэтому использование подобных фраз позволяет Ее Величеству включить в свой круг максимальное количество граждан Объединенного Королевства и Содружества.

Более четко проиллюстрировать применение тактики «создания круга чужих» помогут следующие примеры, взятые из рождественской поздравительной речи Королевы 1957 года, когда Содружество Наций как организация, казалось, была на грани распада. The trouble is caused by *unthinking* people who *carelessly* throw away ageless ideals as if they were old and outworn machinery. They would have religion thrown aside, morality in personal and public life made meaningless, honestly counted as *foolishness* and *self-interest* set up in place of self-restraint¹. Данный пример демонстрирует, как, благодаря использованию лексических единиц негативного эмоционально — оценочного характера, образованных либо путем прибавления негативных префиксов и суффиксов unthinking, carelessly, meaningless, либо имеющих негативное денотативное значение foolishness, self-interest (в приведенном контексте), Елизавете II удастся представить страны, желающие выйти из Содружества Наций как недалёковидные, пытающиеся разрушить наследие, создаваемое годами и поколениями. Еще большую убедительность и аргументацию ее речи в свою очередь придают параллельные грамматические конструкции. It has always been easy to hate and destroy. To build and to cherish is much more difficult¹. Помимо того, что Елизавета II использует антонимы easy — difficult, destroy — build, hate — cherish, она очень грамотно «расставляет» смысловые акценты: в первом примере грамматическим подлежащим выступает местоимение it, обращая внимание на качество, характеристику действия easy, тогда как во втором примере инфинитивы выступают в качестве однородных подлежащих, будучи смысловым ядром предложения.

Среди эмоционально-отрицательно-настраивающих тактик, использованных Королевой, можно выделить тактику неодобрения, граничащую с тактикой порицания. Perhaps we make too much of what is wrong and too little of what is right. The trouble with gloom is that it feeds upon itself and depression causes more depression. There are indeed real dangers and there are real fears¹, — так говорит Ее Величество о беспорядках в Северной Ирландии в 1974 году. Не обвиняя никого открыто, она имплицитно выражает свое неодобрение и даже негодование в связи с происходящими событиями, что отражается в ее несвойственно эмоциональной речи. Одновременно она пытается представить происходящие события не такими важными, противопоставляя их якобы «реальным» («real dangers and real fears»). Королева избегает прямого обращения к ирландцам, очевидно, не желая их интеграции, она видит всех жителей Британских островов одним народом, поэтому использует в своей речи инклюзивное местоимение we: ...and we will never overcome them (fears) if we turn against each other with angry accusations¹, что позволяет ей достичь чувства единства.

Выводы

Таким образом, исходя из проанализированного материала, мы можем сделать вывод о том, что, благодаря использованию Королевой стратегий самопрезентации, положительно/отрицательно — настраивающих стратегий, соответствующих им тактик и их вербализации в речи, ей удастся сформировать желаемый имидж, поддающийся корректировке в зависимости от меняющихся обстоятельств. Имидж Королевы Великобритании и Северной Ирландии Елизаветы II строится на актуализации таких основных доминант, как гарант обеспечения демократических прав и свобод, гарант национального единства и целостности страны, гарант института монархии, гарант государственности и суверенности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гвоздева А.А. Языковая личность: ее определение и характеристики / А.А. Гвоздева // Социальные варианты языка — III. Материалы международной научной конференции 22–23 апреля 2004 года. — Нижний Новгород, 2004. — С. 359–363.
2. Волкова Т.Ф. Теоретические и прикладные аспекты изучения публичной языковой личности / Т.Ф. Волкова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — Тамбов: Грамота. — 2008. — № 1. — С. 60–63.
3. Столяров Д.Г. Языковая личность, коммуникативная личность, коммуникативный типаж / Д.Г. Столяров // Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности. Сборник научных статей. — Нижний Новгород, 2009. — Вып. 4. — С. 217–222.
4. Рублик Т.Г. Языковая личность и ее структура / Т.Г. Рублик // Вестник Башкирского университета. — 2007. — № 1. — С. 99–101.
5. Урубкова Л.М. Понятие языковая личность и обучение деятельности перевода / Л.М. Урубкова // Вестник ТГУ. Гуманитарные науки. — Вып. 1(37). — 2005. — С. 108–113.
6. Гак В.Г. Языковые преобразования / В.Г. Гак. — М., Школа "Языки русской культуры", 1998. — 768 с.

7. Иссерс О.С. Что говорят политики, чтобы нравиться своему народу / О.С. Иссерс // Вестник Омского университета. — Омск, 1996. — Вып. 1. — С. 71–74.
8. Некрасов С.И., Некрасова У.С. Основные модели создания имиджа / С.И. Некрасов, У.С. Некрасова // Фундаментальные исследования. — 2007. — № 10. — С. 32–35.
9. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. / О.С. Иссерс. — М.: Изд. ЛКИ, 2008. — 288 с.
10. Антонова А.В. Свойства массового сознания как мишени речевой манипуляции / А.В. Антонова // Политическая лингвистика. — 2010. — № 1(31). — С. 1–26.
11. Григораж Д.А., Коробова Н.В. Стратегии построения речевого имиджа (на материале речей современных англоязычных политиков) / Д.А. Григораж, Н.В. Коробова // Трансформация общественного сознания в переходную эпоху: Материалы международной научно-практической конференции 21–22 апреля 2021 г. Т. 2. — Н Новгород: НГЛУ, 2022. — С. 217–225.

Korobova Natalia Vladimirovna

Linguistics University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia
E-mail: nataliekorobova2017@inbox.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1824-8541>
RSCI: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=1152778

Kolossova Tatiana Yurievna

Linguistics University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia
E-mail: kolossova@lunn.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7193-7798>
RSCI: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=666416

Tsybina Nadezhda Alexandrovna

Linguistics University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia
E-mail: tsnadezhda@yandex.ru

The strategies and tactics of image-building of Queen of Great Britain and Northern Ireland Elisabeth II

Abstract. The article studies the linguistic image of Queen of Great Britain and Northern Ireland Elisabeth II built with the help of communicative strategies and tactics adequate to the motives and goals of this public person. The authors describe the theoretical aspects of image and the model of its construction in discourse and formulate the notions of “communicative strategy” and “tactics”. The material is analyzed using the methods of text analysis, structural and semantic analysis, pragmatic analysis, contextual analysis and comparative analysis. As the research reveals the main image-building strategies and tactics of the Queen are the intentions of soothing, forming positive attitude and informing, thus the most frequently used strategies — the strategy of self-presentation and the strategy of forming positive emotional attitude. The Queen demonstrates her positive qualities and speaks positively without mentioning some things that may spoil her image aiming at establishing contact with the public. Actually she avoids translating negative attitude and resorts to using criticism and negative evaluation only when it concerns the interests of her country or when the principles of democracy are violated. Her means of linguistic expressiveness are rather scarce as it is unnecessary for the Queen to win the votes of the electorate. The main stylistic devices used by Elisabeth II are syntactic. Her competently built speech without numerous stylistic devices and grammar constructions brings her closer to British citizens of all walks of life from aristocracy to working class people. Thus Elisabeth II creates the image of her people’s Queen. The practical value of this study consists in the possibility of its application by PR and advertising specialists to improve efficiency of the process of image-building.

Keywords: linguistic image; public person; discourse; speaker’s intentions; communicative strategies and tactics; self-presentation; linguistic expressiveness