УДК 811:111:82’42
DOI https://doi.org/10.32689/maup.philol.2023.1.4

Ольга ЗАБОЛОТСЬКА
докторка педагогічних наук, професорка, професорка кафедри англійської філології
та світової літератури імені професора Олега Мішукова Херсонського державного університету
ORCID: 0000-0002-8899-8244

Olha ZABOLOTSKA
Doctor of Pedagogy, Full Professor, Professor of Department of English Philology
and World Literature named after Professor Oleh Mishukov, Kherson State University
ORCID: 0000-0002-8899-8244

РЕАЛІЗАЦІЯ ОБРАЗУ КУТЮР’Є В МУЛЬТИМОДАЛЬНОМУ АСПЕКТІ (НА МАТЕРІАЛІ КІНОСТРІЧОК «КОКО ДЕ ШАНЕЛЬ», «ДІМ GUCCI»)

REALIZATION THE IMAGE OF COUTURIER IN MULTIMODAL ASPECT (CASE STUDY OF FILMS “COCO DE CHANEL”, “HOUSE OF GUCCI”)

Сьогодні кінотекст і кінодискурс стають актуальним полем для лінгвістичних розвідок. Кінотекст осмислюємо як семіотично ускладнений текст, що існує у вигляді кінофільму, містить загальнотекстові характеристики й специфічні властивості, є продуктом колективного автора й призначений для аудіовізуального сприйняття реципієнтами. Невербальні засоби допомагають розкрити образ персонажів кінострічок найбільш вдало через освітлення камерою міміки обличчя, фокусуванні на певних деталях або частинах тіла героїв, показу крупним планом очей або рук кутюр’є, музикальним оформленням, підсилюючим емоційний стан героїв або ознаку будь-яких подій. ***Мета*** *статті – визначити невербальні засоби відтворення образу кутюр’є в сучасних кінофільмах. Для реалізації мети важливо вирішити низку* ***завдань****: 1) систематизувати базові визначення понять «кінодискурс» та «кінотекст» і розкрити співвідношення між ними; 2) встановити кореляцію понять «кінотекст» та «мультимодальність»; 3) визначити засоби реалізації образу кутюр’є в кінофільмі «Коко де Шанель»; 4) виявити особливості розкриття образу кутюр’є у стрічці «Дім Guccі».* ***Новизна*** *визначається тим, що вперше досліджуються невербальні засоби створення образу кутюр’є в кінострічках «Коко де Шанель», «Дім Guccі».* ***Висновки.*** *Послуговуючись класифікацією контрибутивних модусів за Е. Берном, виокремлюємо три модуси: візуальний (освітлення і оформлення сцени), звуковий (виключно музика) і реалізований (сценічна дія і мовлення). Шляхом мультимодального аналізу у кінофільмі «Коко де Шанель» виявлено домінування візуального модусу у реалізації жіночого образу кутюр’є: концентрація камери на міміці, жестах, ході героїні, її руках, які творили неперевершені шедеври з легкістю та незвичною швидкістю. У рамках реалізованого модусу показовим є мовлення героїні, яке насичене філософськими висловами та її мудрістю. Аналіз мовного матеріалу кінофільму виявив ключові номінативні одиниці, які допомагають реалізувати образ героїні – unordinary person, genius, philosopher. Порівнюючи цей образ жінки-кутюр’є з образом чоловіка-кутюр’є зі стрічки «Дім Guccі» варто зазначити, що його охарактеризовано такими лексемами як: style, power, luxury, family business, money, scandal. І у цьому фільмі важливу роль відіграє звуковий модус як реалізатор авторських інтенцій у відтворенні чоловічого образу кутюр’є.*

Ключові слова: *кінодискурс, образ кутюр’є, мультимодальність, звуковий, реалізований, візуальний модуси.*

Nowadays, film text and film discourse are becoming a relevant field for linguistic researches. We interpret a film text as a semiotically complicated text that exists in the form of a film, contains general text characteristics and specific properties, is the product of a collective author and is intended for audiovisual perception by the recipients. Non-verbal means help to reveal the image of the films’ characters most successfully through the illumination of facial expressions by the camera, focusing on certain details or parts of the body of the characters, showing a close-up of the couturier’s eyes or hands, music that reveals the emotional state of the characters or foresees some events. ***The purpose of the article*** *is to determine non-verbal means of reproducing the image of a couturier in modern films. To realize the goal, it is important to solve the following* ***tasks****: 1) to systematize basic definitions of the notions “film discourse” and “film text” and reveal the way they are interrelated; 2) to state the correlation between the notions “film text” and “multimodality”; 3) to determine the means of realization of the image of a couturier in the movie “Coco de Chanel”; 4) to define ways of revealing the image of the couturier in the film “House of Gucci”.* ***The novelty*** *is determined by the fact that non-verbal means of creating the image of a couturier are researched for the first time in the films “Coco de Chanel”, “House of Gucci”.* ***Conclusions****. Using the classification of contributory modus proposed by E.Bern, we distinguish three modi: visual (lighting and decoration of the scene), sound (exclusively music) and implemented (stage action and speech). Carrying out a multimodal analysis in the*

© Заболотська О., 2023

film "Coco de Chanel" the dominance of the visual modus in the realization of female image of couturier was revealed: the camera's concentration on the facial expressions, gestures, gait of the heroine, her hands, which created her masterpieces with ease and unusual speed. Within the framework of the implemented modus, the speech of the heroine, which is full of philosophical sayings and wisdom, is indicative. Analysis of the linguistic material of the film revealed nominative units that help to realize the image of the heroine – an extraordinary person, genius, philosopher. Comparing the female image of the couturier with the male one from the film "House of Gucci", we can characterize him with such key lexemes as: style, power, luxury, family business, money, scandal. In this film, the sound modus plays a leading role in the realization of the author's intentions in creating the male image of the couturier.

***Key words**: film discourse, image of couturier, multimodality, sound, implemented, visual modi.*

Актуальність дослідження. Останнім часом все більше автобіографічних творів стають об'єктом кінематографічних розвідок. Оскільки більшість людей надають перевагу кінофільмам як різновиду відпочинку та релаксації. Режисери та постановники намагаються створити свій «шедевр» іноді спираючись на вже відомі художні твори, автобіографічні данні. Кінодискурс є предметом дослідження різних наук, але найбільш цікавим є його розгляд з позицій лінгвістики та комунікативної прагматики, оскільки функціями кінодискурсу є не тільки передача інформації та вплив на реципієнта вербальними засобами, а й вираження авторських інтенцій через звуковий, візуальний та реалізований модуси. Тому актуальності набувають дослідження, зосереджені на вивчені особливостях відтворення кіно образів у мультимодальному вимірі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття «кінодискурс», «кінотекст», «кіносценарій», «кінодіалог», взаємозв'язок між ними, поряд з питаннями жанрової типології кінодискурсу, став об'єктом наукових пошуків багатьох учених, зокрема: М. Єфремової, Г. Зарецької, Т. Крисанової, І. Лавриненко, С. Назмутдинової, Г. Слишкіна, С. Козлофф. Одним із важливих аспектів аналізу кінотексту є мультимодальність. Цією проблемою опікувалися Е. Берн, Т. Вдовіна, О. Воробйова, М. Захарова, Г. Кресс, Т. Крисанова.

Визначення мети дослідження. З огляду на започатковану проблему метою статті є визначення невербальних засобів відтворення образу кутюр'є в сучасних кінофільмах. Для реалізації мети важливо вирішити низку **завдань**: 1) систематизувати базові визначення понять «кінодискурс» та «кінотекст» і розкрити співвідношення між ними; 2) встановити кореляцію понять «кінотекст» та «мультимодальність»; 3) визначити засоби реалізації образу кутюр'є в кінофільмі «Коко де Шанель»; 4) виявити особливості розкриття образу кутюр'є у стрічці «Дім Gucci».

Виклад основного матеріалу дослідження. Кінодискурс, слідом за Г.Зарецькою, визначається як певний текст, що є вербальним компонентом фільму та володіє властивостями художнього тексту (цілісність, зв'язність, інформативність, комунікативно-прагматична спрямованість), разом з невербальними аудіовізуальними компонентами утворює єдину завершену креолізовану конструкцію, створену колективним автором для перегляду колективним кіноглядачем [цит. за: 5, 417].

Кінодискурс як семіотично ускладнений процес взаємодії автора й кінореципієнта у міжкультурному й міжмовному просторі за допомогою засобів кіномови, потрактовує С. Козлофф [11]. Схожої думки на визначення поняття дотримується І. Лавриненко, котра розглядає кінодискурс як полікодову когнітивно-комунікаційну єдність, поєднання різних семіотичних одиниць в їх нерозривному зв'язку. У такий спосіб кінодискурс реалізується за допомогою вербальних, невербальних та кінематографичних знаків згідно з задумом колективного автора. Вчена відмічає важливість прагматичної спрямованості кінодискурсу, який має на меті відтворення на екрані художньої реальності, створеної колективним автором та її аудіовізуальне сприйняття глядачами [3]. Реципієнт кінодискурсу реконструює смисл кінофільму на основі спільної з колективним автором картини світу. Це зумовлює віддалену й відкладену в часі комунікацію між автором і адресатом.

Під час продукування кінодискурсу відбувається переосмислення реальності, оскільки зображення на екрані не копіює життєві ситуації, а конструює охудожнену реальність, тобто глядач сприймає відповідний образ реальності крізь призму авторських смислів. У формуванні цих смислів беруть участь декількох семіотичних систем або кодів (за термінологією Ю. Лотмана): зображальний, словесний і музичний [4]. Так, у єдиному смисловому просторі інтегрується семіотично гетерогенна інформація. Застосування специфічних кінематографічних засобів (кадр, світло, монтаж, ракурс тощо) також засвідчує складний полікодовий характер явища кінодискурсу. Не лише технічні можливості кінематографу вказують на семіотичну складову кінодискурсу, фонаційні, мімічні, кінесичні засоби також утворюють специфічну знакову

систему, котра імплікує певні смисли у контексті.

Співвідношення понять кінодискурс і кінотекст можна інтерпретувати як нерозривне ціле, єдність процесу і продукту. Кінотекст трактують як «завершений аудіовізуальний витвір на екрані» [2], характерними властивостями якого є дискретність, цілісність, зв'язність, проспекція й ретроспекція, локальна й темпоральна віднесеність, інформативність, антропоцентричність, модальність і прагматична спрямованість [3].

Загальнотекстові властивості доповнюється наявністю візуального й звукового рядів, інтертекстуальності та специфічного типу адресованості, оскільки кінофільм є текстом масової комунікації [1].

І. Коваленко та С. Козлофф вказують на домінування невербальних компонентів у структурі кінофільму та наполягають на їх детальному вивченні, оскільки акторська гра, монтаж та звукові ефекти містять значний пласт імпліцитної інформації [11].

Окрім мовлення персонажів у кінострічках задіяні візуальні або невербальні, кінематографічні ефекти та образи, що створюють певну атмосферу кінофільму і становить мультимодальний аспект дослідження кінодискурсу.

З точки зору Т. Крисанової поняття «мультимодальність» розкриває процес формування нових значень семіотичними засобами (модусами) і соціокультурними конвенціями. Усне і письмове мовлення, колір, жести, міміка, інтонація належать до таких модусів. Мультимодальний аспект досліджує вплив ефектів, що виникають в результаті комбінування декількох подібних модусів [2].

Поняття «модус» розуміють як проміжну категорію між малими й великими семіотичними явищами, такими як індивідуальні знаки та цілі семіотичні системи [4]. Г. Кресс визначає два основні модуси: вербальний і візуальний, де останній репрезентуючи конкретні деталі, не відображає абстрактні поняття окрім символів [12, p. 116].

Т. Крисанова характеризує модуси як систему сенсотворення для реалізації додаткового значення: модуси кінотексту (мовлення, звук і зображення) трансформуються двома інформаційними каналами: звуковим і візуальним. Візуальний модус передається реципієнту через візуальний канал (зображення, візуальні ефекти, міміка і жести персонажів). Звуковий модус сприймається через музику, звукові ефекти, шум. У такий спосіб передається вербальна інформація будь-то скрипти або кінодіалоги персонажів [13].

Е. Берн [6] розрізняє модуси інструментальні і контрибутивні. Інструментальні окреслюють технічні компоненти мультимодального тексту: зйомки і редагування фільму, які не представляють певний інтерес для лінгвістичних досліджень, тому при розгляді невербальних засобів передачі авторських смислів акцентуємо увагу на контрибутивних модусах.

Послуговуючись класифікацією контрибутивних модусів за Е. Берном, виокремлюємо три модуси: візуальний (освітлення і оформлення сцени), звуковий (виключно музика) і реалізований (сценічна дія і мовлення). Термін «реалізований» включає міміку або жести, особливості мовлення, інтонацію, що пов'язана з акторською грою та діями персонажа. Мовлення як компонент реалізованого модусу, забезпечує ґрунтовний лінгвостилістичний аналіз реплік персонажів.

Мультимодальний аналіз кінотексту за Е. Берном передбачає коментування кожного модусу окремо і виявлення їх спільної функції у конкретній ситуації [6]. Кінодіалог, як структурний елемент кінотексту, пов'язаний з відеорядом, для доповнення і пояснення вербального матеріалу та адекватного сприйняття відповідного кінокадру.

На думку професора О. Воробйової будь-який художній і нехудожній текст можна назвати мультимодальним [1], оскільки мультимодальні дослідження розглядають різноманітні дискурсивні утворення серед яких: комікси, реклама, театральна постановка, кінофільм.

Отже, слідом за Е. Берном виділяємо у площині кінофільму 3 модуси (візуальний, звуковий та реалізований), за допомогою яких здійснюється глибше осмислення задуму автора, що на перший погляд приховано від «недосвідченого» глядача.

Відома кінострічка «Коко де Шанель» була створена режисером Анн Фонтен і постановником Филипом Каркасоном у 2009 році.

Драма про кохання та важкий шлях до успіху бідної дівчинки Габріели Шанель з маленького французського містечка привертає увагу глядача своєю щирістю та відвертістю. Біографічна історія великої кутюр'є не приховує страждань, зневаги та болю, через які пройшла ця визнана світом велика модельєр – митець моди.

Ще у монастирі, куди її відправив батько на навчання разом з сестрою після смерті їхньої матері, маленька Габріела відрізнялась тим, що справно підшивала одяг дівчат і навіть намагалась вигадати нові деталі буденного сукні.

Закінчивши навчання, дівчина зі своєю сестрою пробує себе як співачка в маленькому кафе, куди увечері завжди приходять розважитися з дівчатами заможні чоловіки. Завдяки голосу сестри Ани і привабливій зовнішності дівчат, молодим куртизанкам вдається підкорити візитерів кафе. Барон закохується в Ану і змушує її зупинити сценічну діяльність заради їхнього кохання. Костюми до виступів шиє Коко і навіть вигадує веселу мелодію про маленьке курча Коко. Там Коко знайомиться с графом Бозаном, з яким у неї виникають дружні стосунки і переїжджає до його замку. Хитрими діями вона змушує графа дозволити їй залишитись надовго в замку і завойовує прихильність його друзів. Чоловік полюбляє веселі розваги, гучні компанії, світські вечірки, на які Коко не мала що вдягнути, але кожного разу з однієї тканини вигадувала нове вбрання. Іноді навіть сорочки чоловіка були для її фантазії гарним матеріалом. Граф дивувався й навіть пишався кмітливістю жінки – не треба витрачати гроші на її вбрання. Він казав своїм знайомим, що вона не така як усі, трохи дикувата, але неповторна: "*She is not ordinary person, unique one – sometimes wild, but difficult to understand*" [14]. Мовні одиниці *not ordinary person, unique one* уможливлюють відтворення образу жінки-кутюр'є.

На одній з таких вечірок вона знайомиться з чоловіком з Лондона, який представив себе – як Бой. Згодом він впливає на її духовний розвиток: рекомендує книжки, які варто читати, щоб мати уявлення про навіть звичні речі і вселяє віру в її творчий потенціал і дає гроші на відкриття власної майстерні по виготовленню капелюхів. Не відразу вона закохується в нього, адже на той час був вже заручений з іншою жінкою. Цікаві її роздуми про кохання: "*Love is happiness or suffering?"* – запитує вона у знайомої актриси, для якої Коко не тільки швачка капелюхів, а ще й філософ життя: "*Where have you come from – such philosopher?*" [14]. Лексема *philosopher* характеризує її образ.

Та кохання поглинає її повністю. Вона створює гарні капелюхи, стає незалежною і навіть відмовляється від пропозиції графа одружитися. Вона змінює зачіску – відрізає своє гарне волосся, а за твердженням графа: коли жінка змінює зачіску – вона змінює життя. Цей період – підйом її творчої діяльності і відносно щасливого життя. Коко знайомиться з актрисою, яка сподобалась їй як щира і відверта жінка. Вона зшила їй капелюх зовсім інший, не такий як був тоді у моді. І це привернуло увагу інших жінок. До неї почали звертатися заможні дами і заказувати не тільки капелюхи, але й різні види одягу. Коко стала відома у Франції. Вона мала власну швейну майстерню, де її геніальний мозок створював неперевершені твори мистецтва – вбрання та одяг для жінок. Барон пишався своїми дружніми стосунками з геніальним кутюр'є: "*You are genius master, I've ever met!*" [14]. Номінативні одиниці *genius, master* сприяють реалізації образу жінки-кутюр'є.

Час, який Коко провела на морі разом з коханим, назавжди залишиться в її спогадах до останнього подиху. Життя і щастя руйнує звістка про загибель коханого, який розбився на новій машині по дорозі до Лондона. Ця трагедія Коко, здавалося вона не витримає цього болю: вони мріяли не розлучатися і провести разом два місяця у будиночку, який Бой орендував. Зараз час зупинився і життя проходило повз неї. Її творча та креативна натура допомогла їй вийти з цього стану і вижити: вона створювала все нові і нові костюми, капелюхи, вечірні вбрання. Пройде ще деякий час перш ніж вона створить свою першу та неперевершену колекцію одягу, яка переверне увагу на моду взагалі. Усі захоплювалися її неперевершеним смаком та креативністю у створені нового. Але не тільки в цьому полягає геніальність Коко Шанель.

Життя навчило її своїй особливій філософії, яка простежується в тих крилатих висловлюваннях, які вражають своєю мудрістю, простотою й унікальністю. Так могла сказати тільки велика людина, якою і була Коко.

– Girl should be two things: classy and fabulous. ...

– A woman has the age she deserves. ...

– A woman who doesn't wear perfume has no future. ...

– Adornment, what a science! ...

– Elegance does not consist in putting on a new dress. ...

– Elegance is refusal. ...

– Fashion fades, only style remains the same.

– Fashion is architecture: it is a matter of proportions.

– Fashion is made to become unfashionable.

– I don't do fashion, I am fashion.

– In order to be irreplaceable one must always be different.

– It is always better to be slightly underdressed.

– Luxury must be comfortable, otherwise it is not luxury.

– The most courageous act is still to think for yourself. Aloud.

– There are people who have money and people who are rich [14].

Так вона розмірковує над модою і роллю жінки у створенні свого унікального образу.

Отже, інтерпретаційно-текстовий аналіз кіно тексту "Коко де Шанель" виявив номінативні одиниці, за допомогою яких відтворюється образ жінки митця-кутюр'є *unique, wild, master*, *unordinary person, genius, philosopher*.

Більш вагомим в створені образу героїні стають невербальні засоби, серед яких найбільш яскравим є візуальний модус – фокусування камери на руках, обличчі Коко, особливо її очах. Кожного разу коли кутюр'є створює свій шедевр, вона довго дивиться вдаличинь немов вже бачить створені нею речі. Великі й мудрі очі сяють навіть тоді, коли вона плаче. В них, як у прірву, поринають чоловіки, які бачать неосяжну філософську мудрість такої тендітної жінки. Камера показує в цих очах силу і лють жінки, яка ненавидить заможних ледарів, що марно витрачають час і гроші на розваги. У цьому ракурсі показові сцени у замку її друга Бозана, який кожного тижня пригощає своїх розпутних друзів найкращим вином та смачними стравами і влаштовує бали та гулянки. Камера зосереджена на її очах, повних люті, коли вона співає пісню про мале курча, а всі навіть не слухають її бо вони п'яні і лише танцюють і сміються.

Зовсім інший погляд у Коко фіксує камера, коли вона зустрічає коханого чоловіка – її очі усміхаються від щастя.

Питома увага сценариста зосереджена на сценах, коли зображені руки кутюр'є – як швидко вони рухаються і володіють майстерними приладами, як під її руками тканина перетворюється в модний та стильний одяг, аксесуар. І як граційно ці руки тримають сигарети, що вона курить. Є сцени у кінострічці, в яких показана хода героїні – вона йде мов королева, хоча не має такого статусу; струнка фігура Коко тільки підкреслює її величність. Реалізований модус виявляється через мовлення персонажів кінофільмів. Вербальні засоби розкривають образ кутюр'є жінки в її геніальних, але простих фразах та висловах. Не зустрічається у її мовленні метафор, ідіом або прислів'їв, натомість у мові героїні превалюють порівняння та оціночні епітети.

Яскраво підкреслюють характер героїні сцени, в яких емоції її переповнюють – міміка обличчя, рухи тіла створюють образ небайдужої особистості, сильної духом, вольової жінки, яка не кричить, не вмовляє, а сталевим голосом висловлює своє невдоволення або вирок. І зрозуміло, що ніщо не може змусити її змінити рішення або думку. Знов у фокусі камери знов її очі та міміка обличчя.

Звуковий модус не так яскраво представлений у кінофільмі. Коко подобаються мелодії, які грає Бозан, коханий Бой. Вона мов зачарована цими співами – музика надихає її та створює меланхолічний настрій. У стрічці звуковий модус використовується у позитивному сенсі – він підсилює емоційний стан героїні в щасливі періоди її життя.

Для дослідження чоловічого образу кутюр'є і здійснення компаративного аналізу, розглянемо стрічку "Дім Guccі", в якій ціла родина чоловіків створювала взуття, одяг та аксесуари для жінок і чоловіків. Сам бренд Guccі випромінював стиль, владу та розкіш: "*Gucci is the Style, Power and Luxury!*" [15]. Все, що вироблялося під цією маркою, було високої якості та надійності. Номінативні одиниці *style, power, luxury* характеризують дім Guccі.

Два брати заснували свій бізнес і розповсюдили його по всій Італії, а потім і у всьому світі. "*Gucci is the Family business*!" [15]. Мовні одиниці *family business* уможливлюють реалізацію колективного чоловічого образу кутюр'є у цій кінострічці.

Взуття від Guccі носили тільки заможні чоловіки, шкіряні сумки – заможні жінки, бо все це коштувало дуже багато грошів: "*Gucci is Money*!" [15].

Мовна одиниця *money* сприяє реалізації образу чоловіків-кутюр'є. Гроші – це головне в стилі бренду Guccі, а не унікальність.

З'являлися і підробки бренду Guccі, які намагалися заробити гроші на відомому та популярному стилі: пояси для жінок і чоловіків, сумки, взуття.

У кожного із засновників бренду були сини – Маурісіо та Пауло – які лише мали ім'я Guccі і продовжували бізнес формально. Пауло – невдалий кутюр'є – намагався створити свою унікальну колекцію одягу для жінок та чоловіків з акцентом на новий стиль. Та кожного разу, як він вигадував щось нове – це не мало успіху серед публіки бо виглядало як маскарадне вбрання, замість класичного, стильного. Шанувальникам Guccі було важко зрозуміти й прийняти таку зміну неперевершеного стилю, багаторічної праці бренда Guccі.

До співпраці іноді залучали відомих та мало відомих кутюр'є, щоб зберегти повністю панування бренду в усіх напрямах цього бізнесу. Головна умова – витримка стилю бренда Guccі. Молодий кутюр'є розробив колекцію одягу на прохання Маурісіо, а потім звинуватив дім Guccі в плагіаті своїх авторських виробів. Це прийняло скандальний поворот і тепер бренд Guccі став асоціюватися з брудними справами та скандалами. Ні аби яку роль у цьому зіграв і скандал навколо ім'я засновника бренду – батька Пауло – старого

Альдо. Пауло представив Маурісіо докази грошевих махінацій з доходами від компанії. В Італії це значний штраф за вчинені махінації, а в США – позбавлення волі. Тож імідж дому Gucci тепер був заплямований брудними справами з грошима: "*Gucci is the scandal*!" [15]. Лексема *scandal* характеризує сімейний бізнес дому, який не позбавлений скандалів.

Імідж і величезні спадки від продажу товарів бренду Gucci завжди були у центрі уваги і викликали заздрість у охочих до наживи. Тому здається зрозумілим той факт, що дім Gucci багаторазово зраджували як представники цієї великої родини, так і ті, хто працював на них: " *Gucci is a huge black lacuna of impute….. It is rear wild beast, which is needed to be defended*!" [15].

Отже, аналіз мовного матеріалу та контекстуальний аналіз фрагментів кінотексту "Дім Gucci" уможливив виокремлення номінативних одиниць, які створюють комплексний образ митця-кутюр'є *style, power, luxury, family business, money, scandal.*

Мультимодальний аспект представлено в кінофільмі всіма 3 модусами, але здебільшого саме звуковий та візуальний модус підсилюють сприйняття образу героїв. Звуковий модус налаштовує глядачів як на романтичну атмосферу кохання Маурісімо та його жінки, моменти слави та відкриття нових крамниць сімейного бізнесу так і на моменти розпачу – арешт дядька Маурісімо, його втеча від поліції в іншу країну. Музика звучить і перед вбивством Маурісіо коли він на велосипеді без охоронців їде вулицями міста.

З огляду на те, що хоча Маурісіо і був італійцем – темперамент представника цієї національності не відчувався в ньому. Тому ні міміка обличчя, ні очі – не виказували його емоційний стан. Маурісіо був за фахом не кутюр'є, а його кузен – невдаха хоча і намагався створити свій стиль одягу, та це виходило за межі стилю дома Gucci.

Лише старий Альдо – засновник бренду – хотів зберегти традиції сімейного бізнесу. Камера фокусує різні його емоційні стани – і радості, і розпачу, і зневіри. Показове у цьому ракурсі його обличчя – жваве і молоде воно перетворюється на страждальне і старе після річниці проведеної у в'язниці. Сльози, які ніколи раніше не можна було побачити на його очах, зараз переповнюють і його душу.

Здійснюючи компаративний аналіз образів кутюр'є в кінофільмах "Коко де Шанель" та "Дім Gucci" варто зазначити відсутність спільних рис у чоловіків та жінок кутюр'є. На відміну від представників бренду Gucci, вироби яких купували тільки заможні жінки та чоловіки, або підкреслити свій статус, Габріела Шанель створювала свої шедеври для жінок різних верст населення бо сама вийшла з бідних і не мала родинного бізнесу. Натомість її творіння – були унікальні та перевернули уявлення про моду та її роль у житті жінки. Вона створила свій стиль одягу. І незаперечним фактом стало те, що образ Габріели Шанель – митця-кутюр'є – асоціюється з філософським поглядом на життя, моду, красу та інші сфери людського буття. В цьому відношенні її геніальна натура була неперевершеною.

Висновки та пропозиції. Кінотекст осмислюємо як семіотично ускладнений текст, що існує у вигляді кінофільму, містить загальнотекстові характеристики й специфічні властивості, є продуктом колективного автора й призначений для аудіовізуального сприйняття реципієнтами. Невербальні засоби допомагають розкрити образ персонажів кінострічок найбільш вдало через освітлення камерою міміки обличчя, фокусуванні на певних деталях або частинах тіла героїв, показу крупним планом очей або рук кутюр'є, музикальним оформленням, підсилюючим емоційний стан героїв або ознаку будь-яких подій. Тому у кінострічці «Коко де Шанель» домінує саме візуальний модус, а звуковий модус доповнює образ жінки-кутюр'є. Натомість у кінофільмі «Дім Gucci» звуковий та реалізований модуси відтворюють колективний образ чоловіків-кутюр'є, які не створювали унікальних речей, а лише підтримували бренд, що приносив гроші і мав статус заможності та влади.

Література:

1. Воробьёва О. П. Словесная голография в пейзажном дискурсе Вирджинии Вульф: модусы, фракталы, фузии. *Когніція, комунікація, дискурс*. Харків, 2010. № 1. С. 47–74.

2. Крисанова Т. А. Нелінгвальні засоби передачі негативних емоцій в англомовному кінодискурсі. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Серія «Філологічні науки».* 2015. № 3 (304). С. 145–150.

3. Лавриненко И. Н. Стратегии и тактики смены коммуникативных ролей в современном англоязычном кинодискурсе: дисс. … канд. филол. наук: 10.02.04. Харьков, 2011. 260 с.

4. Лотман Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин: Ээсти Раамат, 1973. 137 с.

5. Рингевич В. В. Літературний дискурс і кінодискурс у системі арт-дискурсу. *Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2017. Т. 16. С. 417–424. https://doi.org/10.31812/filstd.v16i0.130
6. Burn A. The kineikonic mode : Towards a multimodal approach to moving image media. London : NCRM, 2013. 25 p.
7. Glass K. Mechanisms for Multimodality: Taking Fiction to Another Dimension / Kevin Glass, Shaun Bangay, Bruce Alcock. – Grahamstown : Afrigraph, 2007. P. 135–144.
8. Hiippala T. An overview of research within the Genre and Multimodality framework. Discourse Context Media (2017). Access mode : http://dx.doi.org/10.1016/j.dcm.2017.05.004
9. Jewitt C. Glossary of Multimodal Terms.. Access mode : https://multimodalityglossary.wordpress.com/ multimodality/
10. Jewitt C. Introducing Multimodality. Carey Jewitt, Jeff Bezemer, Kay O'Halloran. – Access mode : https://books.google.com.ua/books?id=tazOCwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs_ge_ summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=fals
11. Kozloff S. Overhearing Film Dialogue. Berkeley & Los Angeles: University of California Press, 2000. 332 p.
12. Kress G. Multimodality : A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication. London : Routledge, 2010. 212 p.
13. Krysanova T.A. Cinematic Discourse as a Polycoded and Multimodal Phenomenon. Lutsk : 2017. № 9. P. 14–17.

Список джерел ілюстративного матеріалу:

14. Coco avant Chanel. URL : https://www.netflixmovies.com/coco-before-chanel-2009
15. House of Gucci. URL : https://www.netflixmovies.com/house-of-gucci-2021

References:

1. Vorobiova O.P. Slovesnaya golografiya v peizakznom diskurse Verdjinii Vulf: modusu, fractalu, fuzii. Kognitsiya, komunikatsiya, diskurs. Kharkiv, 2010. № 1. s. 47–74
2. Krisanova T. Nelingvalni zasobu peredachi negativnuh emotsiy v anglomovnomu kinodiskurse. Naukovuyvisnuk Shidnoevropeyskogo natsionalnogo universitetu imeni Lesi Ukrainki Seriya "Philologichni nauki" 2015. № 3 (304). s. 147.
3. Lavrienko I. Strategii I taktiki smenu komunikativnuh roley v sovremennom angloyazuchnom kinodiskurse dis. kand pholol. nayk 10.02.04. Kharkiv, 2011. 260 s.
4. Lotman Yu. Semiotika kino i problema kinoestetiki. Tallin: Esty Raamat, 1973. 137 s.
5. Ringevich V.V. Literaturnuy diskurs i kinodiskurs u sistemi art-duskursu. Philologichni studii: Naukovuy visnuk Krivorizkogo derzhavnogo pedagogichnogo universitetu. 2017. T. 16. s. 417–424. https://doi.org/10.31812/filstd.v16i0.130
6. Burn A. The kineikonic mode : Towards a multimodal approach to moving image media. London : NCRM, 2013. 25 p.
7. Glass K., Bangay Sh., Alcock B. Mechanisms for Multimodality: Taking Fiction to Another Dimension. Grahamstown : Afrigraph, 2007. P. 135–144.
8. Hiippala T. An overview of research within the Genre and Multimodality framework [Electronic resourse] // Discourse Context Media (2017). Access mode : http://dx.doi.org/10.1016/j.dcm.2017.05.004
9. Jewitt C. Glossary of Multimodal Terms [Electronic resource]. Access mode : https://multimodalityglossary.wordpress.com/ multimodality/
10. Jewitt C., Bezemer J., O'Halloran K. Introducing Multimodality [Electronic resourse] Access mode : https://books.google.com.ua/books?id=tazOCwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=uk&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=fals
11. Kozloff S. Overhearing Film Dialogue. Berkeley & Los Angeles: University of California Press, 2000. 332 p.
12. Kress G. Multimodality : A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication. London : Routledge, 2010. 212 p.
13. Krysanova T.A. Cinematic Discourse as a Polycoded and Multimodal Phenomenon. Lutsk : 2017. № 9. P. 14–17.
14. Coco avant Chanel. Access mode : https://www.netflixmovies.com/coco-before-chanel-2009
15. House of Gucci. Access mode : https://www.netflixmovies.com/house-of-gucci-2021