

И. П. Рябкова, М. В. Варганов
Ижевск, Россия

АУДИОВИЗУАЛЬНЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ ТЕКСТ: АНАЛИЗ ВЕРБАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ВЫСТУПЛЕНИЯ И ЭМОЦИОНАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ ПОЛИТИКА

АННОТАЦИЯ. В статье в качестве аудиовизуального политического текста анализируется видеозапись заявлений Х. Клинтон и Д. Трампа об официальном начале кампании по участию в выборах президента США 2016 года, исследуются их вербальный и невербальный компонент. В качестве вербальной составляющей анализируются языковые знаки, предназначенные для восприятия при помощи зрения и (или) слуха. В статье, в частности, представлен анализ значимой письменной информации, появляющейся в кадре, а также частотных ключевых слов произносимой речи. Говоря о невербальном компоненте текста, авторы особое внимание уделяют изучению эмоционального состояния выступающих как важному аспекту коммуникативной ситуации. Для оценки эмоционального состояния в работе используется система кодирования лицевых мышц (FACS), разработанная П. Экманом и У. Фризенем. На данный момент FACS является единственным принятым в мире инструментом, позволяющим описать фрагментарные выражения лица, а также объективно оценить изменения мимической динамики, опираясь на частоту появления прототипических (стандартных базовых выражений эмоций, описанных П. Экманом) мимических выражений эмоций. В качестве одной из возможных перспектив исследования авторы видят выявление соответствия и несоответствия переживаемой эмоции лингвистическому компоненту высказываний.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: креолизованный политический текст; аудиовизуальный политический текст; политический дискурс; предвыборный дискурс; политическая коммуникация; эмоциональное состояние; FACS.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Рябкова Ирина Павловна, кандидат филологических наук, доцент кафедры перевода и прикладной лингвистики (английский и немецкий языки), Удмуртский государственный университет; 426000, г. Ижевск, ул. Университетская, 1, корп. 2, каб. 309; e-mail: irina-ryabkova@bk.ru.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Варганов Михаил Владимирович, доктор медицинских наук, доцент кафедры факультетской хирургии, Ижевская государственная медицинская академия; 426000, г. Ижевск, ул. Коммунаров, 281; e-mail: varganov2004@mail.ru.

В последнее время изучение креолизованных политических текстов с уверенностью можно выделить в качестве отдельного направления исследований в русле политической лингвистики. Наиболее изученными на данный момент являются, по-видимому, такие креолизованные политические тексты, как политические логотипы, иллюстрации, карикатуры, плакаты, сочетающие вербальный компонент с изображением (рисунком или фото) [Ворошилова 2013]. Внимание лингвистов также привлекают медиатексты, под которыми нередко подразумеваются тексты, размещенные в печатных СМИ. В них невербальный компонент, представленный обычно в виде одной или нескольких фотографий, как правило, дублирует или усиливает вербальную составляющую сообщения, а в некоторых случаях добавляет новые смыслы [см. напр.: Слободенюк 2015; Сподарец 2015 и др.].

Вместе с тем малоизученным остается особый вид креолизованных текстов, в которых вербальный компонент сочетается с видеозаписью или является ее неотъемлемой частью. Думается, что такие тексты будут иметь ряд особенностей по сравнению с текстами, имеющими в качестве составляющего компонента статичное изображение (фото или рисунок).

Предлагаем использовать для обозначения подобного вида текстов термин «аудиовизуальный текст» (АВТ), понимая под ним поликодовый текст, рассчитанный на

одновременное слуховое и зрительное восприятие. АВТ по своим характеристикам во многом похож на кинотекст [Ворошилова 2013; Слышкин, Ефремова 2004], однако данный термин в отечественной лингвистике используется применительно к кинопродукции — художественным, нехудожественным (документальным) или анимационным фильмам. Еще один термин — «медиатексты» (по определению Г. Г. Слышкина, это тексты, образующие единую группу по способу восприятия (аудиовизуальному) и способу предъявления (экранному) [Слышкин, Ефремова 2004: 12]) — применительно к политическому дискурсу представляется не вполне удачным, поскольку его часто применяют для обозначения креолизованных текстов, рассчитанных исключительно на зрительное восприятие (выше мы уже ссылались, в частности, на работы таких авторов, как Е. А. Слободенюк [Слободенюк 2015], О. О. Сподарец [Сподарец 2015], где термин «медиатекст» используется именно в этом значении). В этой связи в рамках изучения политического дискурса представляется целесообразным говорить об *аудиовизуальных политических текстах*. К их числу можно отнести транслируемые на телевидении (в прямом эфире или в записи), а также размещенные в сети Интернет видео политических интервью, дебатов, политическую рекламу, пресс-конференции, выступления политика и т. д. Насколько нам известно, даже если подобный текст сразу

же создавался как аудиовизуальный или становился таковым в результате видеозаписи устного выступления, в имеющихся работах анализу подвергается, как правило, собственно письменный текст заранее написанного выступления или расшифровка, сделанная на основе видеозаписи. Однако зритель воспринимает АВТ в неразрывном единстве лингвистических и нелингвистических звуковых и визуальных знаков — собственно слов говорящего, его жестов, мимики, позы, тембра голоса, диапазона, тональности, темпа речи, возможных эмоциональных реакций (смех, слезы), видеоряда (люди, предметы, животные, интерьер или пейзаж в кадре), музыкального или иного звукового сопровождения и т. п. [Слышкин, Ефремова 2004: 18—19].

Материалом для данной статьи послужили видеозаписи заявлений Х. Клинтон и Д. Трампа, ставшие своеобразной стартовой точкой в предвыборной кампании каждого кандидата на пост президента США в 2016 г., а именно видеозаписи выступления Х. Клинтон от 13 июня 2015 г. на первом крупном предвыборном митинге в Нью-Йорке и заявления Д. Трампа о намерении принять участие в выборах президента США от 16 июня 2015 г. Для анализа использовались видео в версии, опубликованной на «YouTube». Видеозапись речи Х. Клинтон длится 46 минут, Д. Трампа — 51 минуту. При необходимости мы также обращались к письменному тексту заявлений, опубликованному на сайте американского журнала «Time».

Следует отметить, что вербальная составляющая аудиовизуального текста может быть представлена как в виде звуковых, так и в виде воспринимаемых при помощи зрения языковых знаков, т. е. звучащего текста, субтитров и различных надписей, появляющихся в кадре. На момент написания данной статьи (июль 2016 г.) функция включения/отключения субтитров на английском языке была доступна для видеозаписи выступления Д. Трампа, но недоступна для видеозаписи выступления Х. Клинтон. На протяжении всего видео в ролике Х. Клинтон в правом нижнем углу присутствует надпись «C-SPAN» и веб-адрес *c-span.org*. Поясним: C-SPAN — это американская теле- и радиокomпания, доступная примерно для 100 млн семей в США (без учета интернет-пользователей, имеющих доступ к программам онлайн) и известная тем, что широко освещает важные политические события со всего мира, а также заседания конгресса США практически в режиме реального времени. Компания позиционирует себя как телесеть, чьи программы выходят в эфир без

редакторской правки и фильтров, и гордится своей независимостью от индустрии кабельного телевидения или правительства. Таким образом, надпись «C-SPAN», вероятно, призвана служить своеобразным «маркером» значимости выступления и непредвзятости его освещения.

Если говорить о надписях, появляющихся в тексте, в первую очередь внимание привлекают надписи на трибунах обоих ораторов. У Х. Клинтон на общем синем фоне мы видим логотип ее предвыборной кампании, представляющий собой первую букву имени кандидата на английском языке (H), где горизонтальная линия выполнена в виде стрелы слева направо, что, как мы полагаем, призвано символизировать движение вперед. Далее следует веб-адрес *hillaryclinton.com*, адрес официального вебсайта предвыборной кампании Х. Клинтон 2016 г. Цветовая гамма (синий, белый, красный), выбранная для оформления трибуны, соответствует цветам американского флага. Примечательно также, что сцена, на которой выступает Х. Клинтон, также оформлена в виде буквы H со стрелой в качестве горизонтальной линии. В видео несколько раз демонстрируется съемка с воздуха, позволяющая зрителям видеть эту особенность оформления сцены. В ходе выступления в кадре также на несколько секунд появляются плакаты в поддержку Х. Клинтон в руках зрителей.

Д. Трамп выступает за трибуной, на которой на синем фоне белыми буквами написана его фамилия TRUMP (крупными заглавными буквами вверху), в нижней половине — адрес сайта его предвыборной кампании *www.DonaldJTrump.com* и в самом низу — предвыборный слоган кандидата «Make America great again» (букв. «Сделать Америку великой снова», может также переводиться как призыв «Сделайте Америку великой снова»). Отметим также, что сама фамилия кандидата может также рассматриваться как своеобразный слоган, поскольку английское слово «trump» многозначно и имеет следующие основные значения: в качестве существительного оно может переводиться как «труба», «звук трубы или звук, похожий на трубу», «козырная карта, козырь, козырная масть», а в переносном значении — «решающий, перевешивающий фактор или финансовый ресурс», «надежный, заслуживающий доверия, образцовый человек». В качестве глагола «trump» означает «бить козырем», «превосходить», «взять верх» [Merriam Webster Dictionary Online]. Текст, представленный на трибуне, заключен в красную рамку. Таким образом, цветовое оформление также представляет собой

сочетание синего, белого и красного цветов — цветов американского флага.

В рамках лингвистического анализа мы также проделали анализ частотности ключевых слов произносимого текста, выполнявшийся при помощи онлайн-инструмента «Keyword Density Analyzer». С его помощью были отобраны слова (за исключением вспомогательных слов), а также выражения, состоящие из 2—3 слов, которые встречались в тексте 4 раза и более. В результате было установлено, что Х. Клинтон делает ставку на традиционную предвыборную тематику: Америка и американцы, семья, работа, женщина, здоровье и здравоохранение, экономические вопросы (в том числе малый бизнес), демократия, перемены и шансы, образование, современные угрозы, апелляция к своему прежнему политическому опыту. Внутри каждой темы можно выделить ключевые слова, также достаточно традиционные и предсказуемые для этой тематики. Например, тему «семья» у Х. Клинтон объединяет генерализирующая лексическая единица «family», которая встречается в тексте в единственном и множественном числе 27 раз (0,59 %). Внутри темы «семья» можно также выделить такие частотные единицы, как «women» (встречается 7 раз), «children» (6), «mother» (4), «parents» (4). Для сравнения: у Д. Трампа среди частотных единиц (от 4 употреблений в тексте) присутствует только «family», причем количественно гораздо меньше — всего 7 употреблений (0,12 %).

В выступлении Д. Трампа внимание привлекает большое количество оценочных (реже качественных) прилагательных: *great, good, right, big, ill, nice, bad, real, stupid, wonderful, rich, common*, а также частое употребление конструкции, использующейся для обозначения будущего времени *going to*.

По сравнению с Х. Клинтон у Д. Трампа очень много отрицательных конструкций, например: *I'm not, they don't know, not going to, we don't know, they're not, if you don't, but we don't, don't have to, don't want it, I'm not doing, they don't talk, you don't hear*.

В целом частотные слова, выделенные в выступлении Д. Трампа, более «хаотичны»: трудно определить основные темы его сообщения, в отличие от Х. Клинтон.

С точки зрения комплексного анализа АВТ внимания заслуживают также и присутствующие в нем неязыковые знаки, воспринимаемые при помощи зрения и/или слуха. Однако размер и тематика данной статьи не позволяют нам рассмотреть их подробно.

Особенностью аудиовизуального политического текста по сравнению, например, с кинотекстом является то, что он нередко

представляет собой видеозапись устного выступления. Соответственно аудиовизуальный политический текст будет также иметь черты устной речи, немаловажным компонентом которой является *эмоциональное состояние* участников коммуникативной ситуации.

Саму эмоцию, ее зарождение, причину возникновения увидеть невозможно. Но изучая выражения лица, можно с высокой долей вероятности говорить об испытываемой человеком эмоции [Экман 2014]. Мы не можем видеть эмоцию — движения лица являются лишь ее отображением, но мы можем многое узнать, если произведем измерения этого отображения с необходимой точностью. Для этих целей существует специальная методика измерений FACS (*Face Action Coding System* — «Система кодирования лицевых движений»), созданная Полом Экманом и Уоллесом Фризенем. С использованием FACS можно вручную закодировать практически любое анатомически возможное выражение лица, конструируя его из конкретных *единиц действия* («action units») и требуемого ими времени для воспроизведения того или иного выражения лица. В то время как единицы действия (ЕД) являются независимыми, они могут быть использованы для принятия любого решения высшего порядка, в том числе и для распознавания эмоций.

Использование данной методики позволяет определить эмоциональное состояние человека в момент произнесения речи, а сопоставление лингвистической части послания и кодов единиц действия FACS дает возможность умозаключать о внутреннем состоянии человека в момент произнесения речи. Данная методика широко используется в мире для исследования эмоциональной сферы и отчасти изучения невербальной части различных высказываний людей.

Исследуя выступления политиков, выбранные для написания данной статьи, с точки зрения кодирования выражений лица, можно выделить несколько моментов.

В речи Х. Клинтон при концентрации на наиболее важных моментах речи присутствуют ЕД 1 и 2, в некоторых случаях дополняемые указующими жестами. Их присутствие недостаточно для определения эмоции, их использование может трактоваться как определенная манерность речи.

В послании Д. Трампа можно выделить ЕД-20, появляющуюся в наиболее важных моментах речи, связанных с выдвижением на пост президента. Это связано скорее с индивидуальными особенностями и служит, вероятнее всего, признаком базовой манеры произнесения публичных речей.

В целом речь Х. Клинтон является достаточно хорошо структурированной: прослеживается определенный концепт пути, фундаментально начинающийся с высказываний «кто Я, кто мы», затем следуют обобщения с указанием направления возможного движения в рамках представленного выступления.

Речь Д. Трампа в этом аспекте более хаотична, направлена на особое значение и личную роль в решении задач и осуществлении намеченных планов.

Обе анализируемые речи являются хорошо продуманным, подготовленным и даже, вероятно, отрепетированным посланием, в связи с чем эмоциональное состояние ораторов достаточно сложно оценить. Однако проанализированный материал дает основания для установления некоторого нейтрального состояния каждого политика, относительно которого можно будет делать дальнейшие выводы. Для характеристики более выраженного эмоционального статуса выступающих, выявления возможных несоответствий вербального и невербального компонентов потребуются дальнейшие исследования в данной сфере, которые мы намерены продолжить в будущем.

В качестве перспектив исследования можно также наметить следующие: оценка эмоций в процессе выступлений; выявление соответствия и несоответствия между переживаемой эмоцией и лингвистическим компонентом высказываний; выявление эмоций, являющихся базовыми и наиболее часто проявляемыми для конкретных ораторов; оценка лингвистической части высказывания на фоне переживания определенных эмоций и их изменения в зависимости от переживаемой эмоции; создание рекомендаций по

написанию текстов для конкретной ситуации в зависимости от желания вызвать или подчеркнуть определенную эмоцию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению. — Екатеринбург, 2013. 194 с.
2. Мудрость Востока и Запада. Психология равновесия / под ред. П. Экмана. — Изд-во «Питер», 2015. 295 с.
3. Слободенюк Е. А. Особенности сочетания визуального и вербального в создании образа современного немецкого политика в британском медиадискурсе (на примере Ангелы Меркель) // Политическая лингвистика. 2015. № 2. С. 113—121.
4. Слышкин Г. Г., Ефремова М. А. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа). — М.: Водoley Publishers, 2004. 153 с.
5. Сподарец О. О. Воздействующий потенциал изобразительного ряда в креолизованных текстах политического дискурса СМИ (на материале современного американского политического медиадискурса) // Политическая лингвистика. 2015. № 4. С. 112—117.
6. Экман П. Психология эмоций. Я знаю, что ты чувствуешь. — Изд-во «Питер», 2014. 333 с.
7. Donald Trump Presidential Announcement Full Speech. URL: https://www.youtube.com/watch?v=q_q61B-DyPk (date of access: 29.07.2016).
8. Donald Trump's Presidential Announcement Speech. URL: <http://time.com/3923128/donald-trump-announcement-speech> (date of access: 29.07.2016).
9. Ekman P. An Argument for Basic Emotions // Cognition & Emotion PCEM. 1992. № 6.3. P. 169—200.
10. Hillary Clinton Presidential Campaign Announcement Full Speech (C-SPAN). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZgGPMrLHRy0> (date of access: 29.07.2016).
11. Izard C. E. Emotion Theory and Research: Highlights, Unanswered Questions, and Emerging Issues // Annual Review of Psychology Annu. Rev. Psychol. 2009. № 60.1. P. 1—25.
12. Keyword Density Analyzer. URL: <http://tools.seobook.com/general/keyword-density> (date of access: 29.07.2016).
13. Merriam Webster Dictionary Online. URL: <http://www.merriam-webster.com> (date of access: 29.07.2016).
14. Scherer K. R., Heiner Ellgring. Are Facial Expressions of Emotion Produced by Categorical Affect Programs or Dynamically Driven by Appraisal? // Emotion. 2007. № 7.1. P. 113—130.
15. Transcript: Full Text of Hillary Clinton's Campaign Launch Speech. URL: <http://time.com/3920332/transcript-full-text-hillary-clinton-campaign-launch/> (date of access: 29.07.2016).

I. P. Ryabkova, M. V. Varganov
Izhevsk, Russia

AUDIOVISUAL POLITICAL TEXTS: ANALYSIS OF THE VERBAL COMPONENT AND THE ORATOR'S EMOTIONAL STATE

ABSTRACT. *The audiovisual political texts, analyzed in the paper, are the videos of Hillary Clinton and Donald Trump in which they announce the official launch of their 2016 US President election campaigns. In this study, the authors focus on both verbal and non-verbal components of the video recorded texts. The analysis of the verbal component includes linguistic signs intended for auditory and/or visual perception. In particular, the authors analyze the most significant written information shown in the video and frequent keywords of the pronounced text. Speaking about the non-verbal component of the text, the authors pay special attention to the study of the speakers' emotional state as an important aspect of the communicative situation. To assess the emotional state, they use FACS (Facial Action Coding System) developed by Paul Ekman and Wallace Friesen. So far, FACS has been the only accepted tool used worldwide to describe single facial expressions and objectively assess facial expression changes basing on the frequency of prototypical (standard basic emotions described by Ekman) facial expression of emotions. The authors believe that studying whether the emotions experienced by the speakers match the linguistic component of the statement might be an exciting opportunity for future research.*

KEYWORDS: *creolized political text; audiovisual political text; political discourse; election discourse; political communication; emotional state; FACS.*

ABOUT THE AUTHOR: *Ryabkova Irina Pavlovna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Translation and Applied Linguistics (English and German languages), Udmurt State University, Izhevsk, Russia.*

ABOUT THE AUTHOR: *Varganov Mikhail Vladimirovich, Doctor of Medicine, Associate Professor of the Department of Intermediate Level Surgery, Izhevsk, Russia.*

REFERENCES

1. Voroshilova M. B. Politicheskiy kreolizovannyi tekst: klyuchi k prochteniyu. Ekaterinburg, 2013. 194 s.
2. Mudrost' vostoka i zapada, psikhologiya ravnovesiya: pod red. P. Ekmana. Izd-vo Piter, 2015. 295 s.
3. Slobodenyuk E. A. Osobennosti sochetaniya vizual'nogo i verbal'nogo v sozdanii obraza sovremennogo nemetskogo politika v britanskom mediadiskurse (na primere Angely Merkel') / E. A. Slobodenyuk // Politicheskaya lingvistika. 2015. № 2. S. 113-121.
4. Slyshkin G. G., Efremova M. A. Kinotekst (opyt lingvokul'turologicheskogo analiza). — M. : Vodoley Publishers, 2004. — 153 s.
5. Spodarets O. O. Vozdeystvuyushchiy potentsial izobrazitel'nogo ryada v kreolizovannykh tekstakh politicheskogo diskursa SMI (na materiale sovremennogo amerikanskogo politicheskogo mediadiskursa) / O. O. Spodarets // Politicheskaya lingvistika. 2015. №4. S. 112-117.
6. Ekman P. Psikhologiya emotsiy. Ya znayu, chto ty chuvstvuesh'. Izd-vo Piter, 2014. 333s.
7. Donald Trump Presidential Announcement Full Speech [el. resurs]. Rezhim dostupa: https://www.youtube.com/watch?v=q_q61B-DyPk (data poslednego dostupa 29.07.2016).
8. Donald Trump's Presidential Announcement Speech [el. resurs]. Rezhim dostupa <http://time.com/3923128/donald-trump-announcement-speech> (data poslednego dostupa 29.07.2016).
9. Ekman, Paul. "An Argument for Basic Emotions." *Cognition & Emotion PCEM* 6.3 (1992): 169-200. Web.
10. Hillary Clinton Presidential Campaign Announcement Full Speech (C-SPAN) [el. resurs]. Rezhim dostupa <https://www.youtube.com/watch?v=ZgGPMrLHRy0> (data poslednego dostupa 29.07.2016).
11. Izard, Carroll E. "Emotion Theory and Research: Highlights, Unanswered Questions, and Emerging Issues." *Annual Review of Psychology Annu. Rev. Psychol.* 60.1 (2009): 1-25. Web.
12. Keyword Density Analyzer [el. resurs]. Rezhim dostupa <http://tools.seobook.com/general/keyword-density> (data poslednego dostupa 29.07.2016).
13. Merriam Webster Disctionary Online [el. resurs]. Rezhim dostupa <http://www.merriam-webster.com> (data poslednego dostupa 29.07.2016).
14. Scherer, Klaus R., and Heiner Ellgring. "Are Facial Expressions of Emotion Produced by Categorical Affect Programs or Dynamically Driven by Appraisal?" *Emotion* 7.1 (2007): 113-30. Web.
15. Transcript: Full Text of Hillary Clinton's Campaign Launch Speech [el. resurs]. Rezhim dostupa: <http://time.com/3920332/transcript-full-text-hillary-clinton-campaign-launch/> (data poslednego dostupa 29.07.2016).

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова.