

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра романо-германской филологии и переводоведения

**Концептуальные оппозиции в предвыборном поликодовом тексте  
(на материале президентской кампании 2015-2016 годов в США)**

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 2 курса 254 группы  
направления 45.04.01 «Филология»  
Института филологии и журналистики  
Филимоновой Светланы Юрьевны

Научный руководитель  
к.ф.н., доцент

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Т.В. Харламова

Зав. кафедрой  
к.ф.н., доцент

\_\_\_\_\_

подпись, дата

Т.В. Харламова

Саратов 2018

**Введение.** В настоящее время для передачи информации всё чаще используется несколько каналов: вербальный, визуальный и аудиальный. Такие поликодовые тексты встречаются и в политическом дискурсе. Предвыборная телевизионная реклама занимает важное место в любой предвыборной кампании. Используемые в роликах образы формируют концептуальные оппозиции, выражающиеся с помощью различных средств. Выявление тенденций использования определённых средств на каждом уровне поликодового текста позволяет определить механизмы воздействия на избирателей с помощью оппозиций в предвыборном дискурсе, что и определяет **актуальность** работы.

**Объектом** исследования являются концептуальные оппозиции «свой – чужой», «сила – слабость» и «прошлое – настоящее – будущее». **Предметом** исследования являются вербальные, визуальные, параграфические и аудиальные средства выражения искомых оппозиций в политическом поликодовом тексте.

**Цель** данной работы – выявить, систематизировать и охарактеризовать способы выражения искомых оппозиций на всех уровнях предвыборного поликодового текста. Данная цель определила следующие **задачи**:

1. Рассмотреть понятие «поликодовый текст», а также сравнить его с другими терминами, обозначающими семиотически неоднородные тексты.
2. Раскрыть понятие «дискурс» и описать характеристики политического и рекламного дискурсов.
3. Изучить понятие концептуальной оппозиции и охарактеризовать три искомые оппозиции.
4. Проанализировать средства выражения концептуальной оппозиции «свой – чужой».
5. Выявить средства выражения концептуальной оппозиции «сила - слабость».
6. Исследовать средства выражения концептуальной оппозиции «прошлое – настоящее – будущее».

**Материалом** данной работы послужили 525 предвыборных роликов из архива президентской кампании 2015-2016 годов в США ([newrepublic.com/political-ad-database](http://newrepublic.com/political-ad-database)).

Данная выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложения.

**Новизна** данной работы заключается в исследовании современного материала, а также в комплексном подходе к изучению предвыборных поликодовых текстов.

**Теоретическая значимость** исследования заключается в расширении научных представлений о способах выражения и роли концептуальных оппозиций. **Практическая значимость** работы заключается в том, что его результаты могут найти применение в практическом курсе интерпретации политических текстов масс-медиа на иностранном языке, а также могут быть полезны специалистам в области политической лингвистики.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. В предвыборных роликах в качестве «своего» актора выступает либо кандидат, от чьего имени выпущен ролик, либо весь народ. В качестве «чужих» оппонентом могут рассматриваться представители власти, другие кандидаты и внешние явления и сферы жизни.

2. В зависимости от присутствующих акторов, оппозиция «свой – чужой» может выполнять функцию ориентации, интеграции, либо агональности.

3. К компонентам оппозиции «сила – слабость» могут относиться различные личные качества кандидата, планируемые действия и результаты деятельности кандидата.

4. Для политического дискурса важны все три компонента оппозиции времени: прошлое, настоящее и будущее. Чаще всего в предвыборных роликах встречаются все три временных пласта, остальные комбинации компонентов используются менее активно.

**В первой главе** «Теоретические основы изучения поликодового текста в политическом дискурсе» рассматриваются такие понятия как поликодовый текст, дискурс и концептуальная оппозиция.

На данный момент среди учёных не существует единого мнения в вопросе о номинации текстов, в которых присутствуют знаки разных семиотических систем. У разных авторов встречаются разные термины, одни из которых являются более общими и широкими, другие же указывают на отдельные специфичные характеристики таких текстов. На данный момент используются такие термины, как «креолизованный текст», «видеовербальный текст», «изовербальный комплекс», «изоверб», «семантически осложнённый текст», «семантически обогащённый текст», «полимодальный текст», «многоканальный текст» и «поликодовый текст». В данном исследовании употребляется термин «поликодовый текст», так как оно подчёркивает гомогенность текста и наличие кодов нескольких семиотических систем.

Дискурс – это речь в действии, единство текста и контекста. Предвыборные поликодовые тексты относятся к рекламному и политическому дискурсам. Предвыборные ролики формируют определённый имидж политиков и побуждают к определённым действиям по отношению к ним (к голосованию за них). В них задействован политический подъязык, текст соответствует тематике и контекст специфичен для политического дискурса – выборы президента. Предвыборные ролики полностью выполняют главную функцию политической коммуникации – борьба за власть.

Концептуальной оппозицией называются отношения противоположности двух концептов, т.е. ментальных единиц. Тот или иной концепт приобретает положительную или отрицательную коннотации в зависимости от контекста. Концепты могут быть выражены как собственно антонимами, так и контекстными антонимами, то есть лексемами, не

состоящими в антонимических отношениях в языке, но противопоставляющимися в контексте.

Для исследования были выбраны три оппозиции: «свой – чужой», «сила – слабость», и «прошлое – настоящее – будущее». Оппозиция «свой – чужой» является одной из первых появившихся оппозиций, и она пронизывает все культуры, формируя мироощущение народов. Именно благодаря этой оппозиции происходила идентификация человека по отношению к другим людям. Оппозиция «сила – слабость» тоже является универсальной, так как все организмы вынуждены бороться за выживание, и его жизнь зависит от его силы или слабости. Временная оппозиция влияет на ощущение временных рамок и периодов, которое разнится в зависимости от культуры, религии, социального класса и образования.

**Во второй главе** были проанализированы и охарактеризованы средства выражения трёх искомых оппозиций, а также предвыборные ролики были систематизированы и классифицированы.

Предвыборные ролики, в которых присутствует оппозиция «свой – чужой» могут быть поделены на четыре группы: народ / власть, кандидат / правительство, кандидат / другой кандидат и кандидат / внешние обстоятельства. Последняя группа включает в себя несколько подгрупп (микро- и макроэкономика, терроризм, нелегальные иммигранты, расизм, образование, медицина, экология).

Самыми распространёнными средствами выражения оппозиции «свой – чужой» являются лексемы с положительной и отрицательной коннотацией. Нужно заметить, что иногда коннотация лексем меняется в зависимости от позиции кандидата по какому-либо вопросу или от партии, к которой принадлежит кандидат. К лексемам с отрицательной коннотацией можно отнести: *debt, steal, abuse, tragedy, exploitation, destroy, rob, attack, terrorism, lawlessness, crime, lose, play politics, pollution, injustice, threaten, inequality, segregation, division*. Можно выделить следующие лексемы с положительной коннотацией: *protect, change, improve, save, replace, bring together, win,*

*courage, defend, leadership, freedom, support, thrive, create, heal, lift up, make affordable.*

Часто в предвыборных роликах встречается и оценочная лексика: *stifling, broken, rigged, corrupt, disastrous, failed, dangerous, violent, inexperienced, vulnerable, boastful, crook, more of the same, no-show, deplorable, unfit, devastating, outdated, brutal, volatile / great, new, brave enough, best possible, peaceful, safe, balanced, respected, thoughtful, brilliant, genuine, bold, tested, most ready, mature, responsible, steady, tough.*

Несомненно, для передачи оппозиции могут использоваться антонимы. Нами учитывались как истинно антонимы, так и контекстные антонимы, которые образуют оппозицию только в определённом контексте. Некоторые ролики были полностью построены на антитезе. Например: *In Hillary Clinton's America, the middle class gets crushed. Spending goes up. Taxes go up. Hundreds of thousands of jobs disappear. It's more of the same, but worse. In Donald Trump's America, working families get tax relief. Millions of new jobs created. Wages go up. Small businesses thrive. The American Dream, achievable. Change that makes America great again* (Donald Trump: Two Americas: Economy, 29.08.2016).

Нередки случаи употребления ключевых слов-репрезентантов *we / they*, а также лексем, близких к ядру оппозиции: *together, our, us, each other, everyone.*

Иногда для выражения оппозиции может быть использована игра слов, основанная на употреблении созвучных слов: *We need leaders who will stop whining and start winning* (Ben Carson: Winning, Not Whining, 01.12.2015).

Периодически в предвыборных роликах используется повтор отдельных слов, выражений или даже целых предложений. В ролике Хиллари Клинтон «Games» (21.10.2015) повторяются два выражения: *As Secretary of State, she stood strong for America, travelling almost a million miles, never backing down. But now Republicans are playing politics over Benghazi.*

<...> Republicans can play political games, but Hillary Clinton will always stand strong for us.

На визуальном уровне основным средством выражения оппозиции является использование положительных и отрицательных символов: разрушенные заводы, военные, иммигранты, нефтедобывающие установки, грустные люди / улыбающиеся люди, фотографии и видео кандидата, парки, дома, экологически чистые источники энергии.

В предвыборных роликах широко представлены политические символы и политические локусы, такие как Белый дом, национальный банк США и Нью-Йоркская фондовая биржа (а также статуя атакующего быка), Капитолий, флаг США и Дядя Сэм. Кадры с национальным банком, фондовой биржей и статуей «Атакующий бык» чаще всего используются в предвыборных роликах, посвящённых коррупции. Изображения Белого дома и Капитолия используются в качестве символов президента и Сената соответственно. Дядя Сэм и флаг США символизируют Америку.

Несколько раз кандидатами были использованы пародии на других кандидатов. Например, Дональд Трамп высмеивает Хиллари Клинтон в ролике «The Clinton Way» (05.11.2016) – в кадре появляется женщина, одетая как Х. Клинтон, и начинает крушить телефоны, ноутбук и системный блок компьютера.

При выражении оппозиции «свой – чужой» могут использоваться невербальные сигналы – язык жестов и мимики. «Свой» кандидат на кадрах всегда улыбается или пожимает кому-то руку, а при выступлении использует плавные жесты или держит руку на сердце. Для изображения же «чужого» используются кадры, где кандидат хмурится, проявляет агрессию, грустит и ехидно улыбается, а во время выступлений перед избирателями использует резкие жесты и разводит руками.

Также в предвыборных роликах часто используются спецэффекты, которые также могут служить средством выражения искомой оппозиции. Из наиболее частых накладываемых спецэффектов можно выделить изменение

цветовой палитры и корректировку яркости. Иногда в предвыборных роликах используется «эффект старого телевизора». Иногда в предвыборные ролики включены инфографика, компьютерная графика и мультипликация.

Основными средствами выражения искомой оппозиции на параграфическом уровне являются использование разных цветов, шрифтов, подчёркивание и выделение полужирным ключевых слов, а также эффекты, наложенные на текст.

На аудиальном уровне для обозначения «чужого» выбирается музыка грустная, тревожная, загадочная или забавная. Для обозначения «своего» используется успокаивающая, воодушевляющая, жизнерадостная, трогательная, эпическая или героическая музыка.

Предвыборные ролики, содержащие оппозицию «сила – слабость», можно разделить на три группы, включающие в себя подгруппы: личные качества (решительность и смелость – нерешительность, неподкупность – коррупция, уход от ответа – готовность отвечать на вопросы, опытность – неопытность, беззаконие – подчинение закону, агрессия – спокойствие, изменчивость – приверженность своим принципам), действия (способность – неспособность справиться с угрозой или проблемой, объединение – разделение людей и новизна действий – продолжение старого курса) и результаты действия (положительные – отрицательные).

На вербальном уровне оппозиция «сила – слабость» выражается при помощи различных средств. Одним из них является использование ключевых слов-репрезентантов «*strength*» и «*weakness*», а также однокоренных слов *strong*, *weak*, *strengthen*, *weaken*. Для выражения искомой оппозиции также употребляются лексемы с положительной и отрицательной коннотацией, оценочная лексика, антонимы.

Для выражения данной оппозиции на визуальном уровне используются в целом те же средства, что и для выражения оппозиции «свой – чужой»: положительные и отрицательные средства, политические символы, язык жестов и мимики и спецэффекты.

На параграфическом уровне были отмечены разные цвета и эффекты, наложенные на текст. На аудиальном уровне грустная и тревожная (для «слабых»), а также воодушевляющая, жизнерадостная или героическая музыка (для «сильных»).

Концептуальная оппозиция «прошлое – настоящее – будущее» состоит из трёх компонентов, которые могут появляться в любых сочетаниях: прошлое – настоящее, прошлое – будущее, настоящее – будущее и прошлое – настоящее – будущее. Сочетание всех трёх компонентов встречается чаще всего.

На вербальном уровне временная триада выражена с помощью целого ряда средств. Основным способом отсылки к нужному концепту является использование того или иного грамматического времени. Для прошлого свойственны Past Simple и Present Perfect. Настоящее время выражается с помощью Present Simple и Present Continuous. Для будущего времени используются несколько форм: глаголы в Future Simple, выражение *be going to*, а также модальные глаголы в настоящем времени.

Ключевые слова-репрезентанты искомой оппозиции – *past, present, future* – могут использоваться в качестве обозначения одного из времён. Например, в ролике Бена Карсона «We the People», выпущенном 24 октября 2015 года: *People are so concerned about the future--the future for their children, the future for our nation. This country was designed around "We the people..." of for and by the people. <...>*

Часто в предвыборных роликах встречаются наречия времени, служащие дополнительной отсылкой к тому или иному временному пласту. Были отмечены такие наречия, как: *already, before, then, since, now, today, tomorrow*.

Одним из немаловажных средств, выражающих концепт прошлого, является указание даты, с которой связано какое-либо значимое событие в жизни одного человека либо всей нации. Сюда же можно отнести обозначение длины какого-либо временного промежутка – количество часов,

дней, месяцев или годов до какого-либо события или длительность чего-либо. Встречаются также отсылки к историческим событиям и упоминания исторически значимых личностей.

Основным средством выражения временной триады на визуальном уровне является использование фотографий и видео разных периодов времени. Для концепта прошлого используются старые, архивные фотографии и видеозаписи, для концепта настоящего – современные кадры. Что касается концепта будущего, ввиду отсутствия нужных фотографий, в предвыборных роликах обычно используются современные кадры с кандидатом или его оппонентами, с его избирателями или же с видами на город.

Часто для подчёркивания временной оппозиции используются эффекты цветовой коррекции кадров. Так, при описании прошлого отображаются чёрно-белые фотографии и отрывки видео, для настоящего же и будущего выбираются цветные кадры.

На параграфическом и аудиальном уровнях оппозиция «прошлое – настоящее – будущее» практически не представлена. Из паралингвистических средств можно выделить только трещины и потёртости на тексте о прошлом и настоящем и блики на тексте о будущем и настоящем. На аудиальном уровне выбор фоновой музыки зависит в основном от оценки событий – отрицательной (грустная, тревожная) либо положительной (трогательная, воодушевляющая, жизнерадостная, героическая).

**Заключение.** Предвыборные поликодовые тексты играют одну из основных ролей в предвыборном дискурсе. Концептуальные оппозиции позволяют сопоставить кандидатов и различные явления, чтобы показать нужного кандидата в хорошем свете и указать на недостатки других.

Оппозиция «свой – чужой», в зависимости от присутствующих акторов, выполняет функцию интеграции, ориентации или агональности. Оппозиция «сила – слабость» позволяет противопоставить недостатки одного кандидата с достоинствами другого. Временная оппозиция позволяет

сравнить текущую обстановку в стране с положением дел в прошлом и спрогнозировать будущие изменения в зависимости от выбранного кандидата.

В результате анализа предвыборных роликов президентской кампании 2015-2016 годов в США нами были выделены основные средства выражения трёх концептуальных оппозиции на четырёх уровнях поликодового текста: вербальном, визуальном, параграфическом и аудиальном. Также были сформированы группы и подгруппы предвыборных роликов в каждой искомой оппозиции.

**Апробация работы.** Основные результаты исследования были представлены на научных конференциях в Саратовском государственном университете имени Н.Г. Чернышевского («Когнитивные и социокультурные аспекты изучения языка» (2016, 2017 гг.), «Филология и журналистика в XXI веке» (2017 г.), «Наука и общество: проблемы современных гуманитарных исследований» (2017 г.), «Личность – язык – культура» (2017 г.)). По теме исследования опубликована одна статья.