

Прохоров М. Г.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ ДИСКУРСУ АНГЛОМОВНИХ ПОЛІТИЧНИХ СПОТІВ

Статтю присвячено вивченню інтертекстуального характеру дискурсу англomовних політичних спотів. У статті надається визначення понять «політичний спот», «інтертекстуальність», виявляються причини інтертекстуальності дискурсу англійськомовного політичного споту та аналізуються засоби його актуалізації в ньому.

Дискурс політичних спотів є особливим жанром політичної реклами, скерованим на формування іміджу кандидата на певну політичну посаду, інформування про його дії для здійснення впливу на виборчу поведінку електорату. Інтертекстуальність є властивістю тексту, що виявляє діалогічний зв'язок з попередніми текстами, відсилаючи до них через інтертекстуальні зв'язки. Інтертекстуальність є також властивістю дискурсу, актуалізованого сукупністю текстів конкретної сфери, спільної тематики, комунікативного призначення.

Інтертекстуальність, що сприяє встановленню зв'язку з адресатом та здійсненню впливу на нього через вживання потенційно знайомих образів та інформації, яка дозволяє безпосередньо або імпліцитно схарактеризувати політичних діячів, є іманентною характеристикою дискурсу англomовних політичних спотів. Засобами актуалізації інтертекстуальності у вказаному типі дискурсу є цитати, алюзії, паремії, парафрази тощо.

Для критики опонентів та створення ілюзії об'єктивності в дискурсі англomовного споту широко вживаються цитати, які подаються в повному та редукованому вигляді, можуть бути не тільки вербальними, але й полімодальними, що сприяє щільності подання інформації. Джерелом алюзій, що є також поширеними в аналізованому типі дискурсу, є фільми, серіали, художня література, історичні події та постаті, а їх використання сприяє наданню характеристик політикам та їх діям, а також формуванню ставлення електорату до них. Паремії із дидактичним змістом вживаються переважно в дискурсі англomовних політичних спотів, спрямованих на критику політичних кандидатів або їх висміювання. Парафрази, які використовуються у визначеному типі дискурсу, сприяють його більшій інформативності та формуванню ціннісних уявлень про політичних суб'єктів у адресата.

Ключові слова: алюзія, англійська мова, дискурс, інтертекстуальність, політичний спот, цитата.

Постановка проблеми. Політична комунікація займає одне із ключових місць у сучасних комунікативних процесах, являючи собою інструмент взаємодії між владою та суспільством, формування суспільної думки, глобального та локального керування країною. Через свою важливість і різноманітність вона привертає увагу науковців різних галузей гуманітарного знання, зокрема лінгвістів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Хоча лінгвісти виявляють неабиякий інтерес до різних видів політичної комунікації [2; 9; 16], досі, попри свою важливість, залишився маловивченим дискурс політичного споту, який через своє призначення може впливати на перебіг електоральних процесів, змінювати громадську думку та цільову поведінку виборців.

Постановка завдання. Мета цієї статті полягає у вивченні інтертекстуальних характеристик дис-

курсу англomовного політичного споту. Завданнями її, зумовленими метою, є визначення понять «політичний спот» та «інтертекстуальність», виявлення причин інтертекстуальності дискурсу англійськомовного політичного споту та засобів її актуалізації в ньому.

Виклад основного матеріалу. Політичний спот є різновидом політичної реклами, скерованої на формування образів політиків, які балотуються на найвищі політичні та державні посади. Політичні споти також створюються для того, щоб привернути увагу виборців до певного кандидата на ту чи іншу державну посаду, донести ключові меседжі та необхідну інформацію про політичного кандидата, викликавши певний емоційний відгук про нього чи його дії. Необхідно при цьому брати до уваги той факт, що політичні споти можуть бути скеровані й на

дискредитацію політичних опонентів, містити негативну інформацію про них, викликаючи відповідні емоції в електорату.

Своєрідністю дискурсу англомовних політичних спотів є інтертекстуальний характер. Зауважимо, що термін інтертекстуальність було введено у науковий обіг відомою французькою лінгвісткою та літературознавцем, філософінею Юлією Кристевой у 1967 році [15, с. 32]. Із вказаного часу він почав вживатися для позначення тих якостей текстів, що виявляють у них зв'язки із іншими текстами, відсилаючи до них.

Поняття інтертекстуальності стало ключовим для текстової лінгвістики, яка активно розвивалась у 70–90-ті роки XX століття, а далі і дискурс-аналізу, зосередженого на особливостях породження та сприйняття реципієнтами сукупності текстів певної сфери, тематики або комунікативного призначення із врахуванням різноманітних позамовних факторів [3, с. 262]. Нині під інтертекстуальністю розуміють «наявність у певному тексті слідів інших текстів, у більш широкому розумінні – діалогічний зв'язок тексту в семіотичному універсумі з попередніми текстами (рекурсивний) та з подальшим текстотворенням (прокурсивним)» [1, с. 65].

Як і будь-який рекламний, дискурс політичного споту відзначається інтертекстуальним характером. Слід зазначити, що інтертекстуальність у рекламних текстах сприяє встановленню контакту з адресатом, впливу на нього. В дискурсі англомовного політичного споту таким адресатом є потенційні виборці. До маркерів інтертекстуальності відносимо, в першу чергу, мовні засоби, які дозволяють впізнати певний текст, до якого відсилають адресата: цитати, алюзії, паремії, парафрази тощо.

Найбільш частотним маркером інтертекстуальності в політичних спотах англійської мови є цитата. Достатньо часто цитати використовуються для дискредитації політичних опонентів. Цитується при цьому те, що говориться про них у ЗМІ:

[SANTORUM'S PLAN] *His plan: [«ECONOMIC ILLITERACY»] «economic illiteracy», [«INEXCUSABLE»] [The Daily, 02.17.2012] «inexcusable», [«THE WORST IDEA» OF ANY GOP CANDIDATE] [The Hill, 01.07.2012] «the worst idea» of any GOP candidate [18].*

Використання цитат для дискредитації політичного опонента дозволяє адресанту зняти з себе відповідальність за негативну інформацію та створює видимість об'єктивної оцінки.

З точки зору структури цитата може бути представлена у англомовному дискурсі політичного споту в повному та в редукованому вигляді. Найчастіше цитати подаються у повному вигляді та складаються із одного – максимум двох речень:

«*Rand Paul shows no sign of backing off NSA fight*» *Washington Post*, 5-27-15 [19].

Редуковані цитати можуть бути представлені кількома словами, релевантними для передачі змісту повідомлення, наприклад:

Independent analysts call Sheheen's attacks «misleading» and «hiding key facts» [13].

Необхідність ущільнення інформаційного потоку обумовлює використання кількох семіотичних кодів для реалізації цитати. Тому в дискурсі англійськомовних спотів цитата може маркуватися не тільки вербально, але й бути невербальною. До вербальних маркерів відносимо посилання на джерело та дієслово говоріння. Невербальними маркерами цитати є аудіо- та відеофрагменти виступів політиків та інших відомих особистостей, які цитуються.

В наступному прикладі цитата маркується вербально за допомогою займенника *he* (Джон Берроу) та дієслова *says* (звуковий код) і невербально за допомогою відеофрагмента із реклами Дж Берроу (іконічний та звуковий коди). Висловлювання *on TV he says...* в ролик можна розглядати як маркер початку цитати, а вставлений відеофрагмент – як своєрідні «полімодальні лапки»:

Male voiceover: Liberal [LIBERAL LAPDOG JOHN BARROW] lapdog John Barrow is trying to trick you.

On TV he says: [JOHN BARROW CAMPAIGN AD] John Barrow (clip): I don't vote 85 percent of the time with anyone.

Male voiceover: But asking for campaign cash, Barrow talks about voting 85% with Barack Obama [7].

Великим потенціалом виразності у дискурсі англомовних політичних спотів володіє алюзія, що являє собою «посилання на різноманітні відомі факти: літературні, історичні, біблійні, побутові тощо» [5, с. 226]. Зауважимо, що алюзія відрізняється від цитати тим, що, по-перше, не включає посилання на джерело, по-друге, в алюзії згадується лише слово або фраза із претекста, тобто текста, що є зовнішнім та до якого відсилає алюзія. Претекст також вважають своєрідною «асоціативною опорою для сприйняття інтертекстуально збагаченого тексту або його окремого фрагмента» [4, с. 519].

Алюзія в дискурсі англомовних політичних спотів, як правило, маркована імпліцитно.

Для її успішного декодування адресату необхідно володіти достатнім рівнем інтертекстуальної компетенції. Джерелом алюзій в аналізованому дискурсі виступають, в першу чергу, фрагменти телевізійних текстів. Це обумовлено трьома факторами. По-перше, політичний спот транслюється за допомогою телебачення і може сам по собі розглядатися як різновид телевізійного жанру. По-друге, телебачення залишається одним із найбільш поширених каналів комунікації, відповідно, телевізійні твори та герої можуть впізнаватися адресатом. По-третє, алюзії з телевізійного дискурсу сприяють «маскуванню» рекламної сутності політичного споту. Так, в дискурсі англomовних спотів вживається алюзія до фільмів, серіалів, зокрема:

Chris Christie: I've seen this. It may not, you know, be the most popular thing within my party to be criticizing the Republican Congress, but it needs to be done. I mean, it's a joke down there. And now they're having this 'Game of Thrones' thing and we're gonna put off an election for another couple of weeks [14].

Наведений фрагмент містить алюзію до всесвітньо популярного американського телесеріалу в жанрі фентезі «Гра престолів» («Game of Thrones»). Центральна сюжетна лінія серіалу – боротьба за трон вигаданої держави «Сім Королівств», пов'язана з великою кількістю палацових інтриг і вбивств. У політичному споті кандидат в президенти США 2016 року Крістофер Крісті називає «грою престолів» боротьбу республіканців за посаду Співкер Палати представників. Тим самим кандидат виражає незадоволення стосовно розколу всередині Республіканської партії США, внаслідок якого її лідер Кевін Маккарті несподівано зняв свою кандидатуру на виборах Співкера [12, с. 184].

У вищенаведеному прикладі алюзія реалізується виключно за допомогою вербальних засобів. Частіше у дискурсі англomовних політичних спотів вживається полімодальна алюзія. Як і полімодальна цитата, полімодальна алюзія сприяє ущільненню інформації у політичному споті. Яскравий приклад полімодальної алюзії знаходимо в політичному споті «Dr. No» кандидата в президенти США 2008 року Джона МакКейна, спрямованого проти його конкурента Барака Обами:

[Barack Obama Is Dr. No] [No To Drilling Offshore Oil].

Barack Obama (voiceover): Offshore drilling would not lower gas prices today. [No To A Gas Tax Holiday].

B.O. (voiceover): I think John McCain's proposal for a three-month tax holiday is a bad idea. [No To Innovation] [No To The Electric Car].

B.O. (voiceover): In this campaign, John McCain's offering the same old gimmicks.

[No To Clean, Safe, Nuclear Energy].

B.O. (voiceover): I start off with the premise that nuclear energy is not optimal, so I am not a nuclear energy proponent.

[Barack Obama Truly Is The Dr. No of Energy Security] [10].

Дискурс споту містить полімодальну алюзію до першого фільму про британського суперагента Джеймса Бонда «Доктор Ноу», що реалізується за допомогою номінації *Dr. No*, а також фона та саундтрека, що нагадує про «бондіану». За допомогою алюзії до фільму Б. Обама підлягає критиці за те, що постійно говорить «ні» реформам у галузі енергетичної безпеки. Для кращого розуміння змісту споту та його алюзії адресат повинен знати сюжет фільму, зокрема той факт, що Доктор Ноу є його головним злодієм, який втратив руку в результаті неправильного поводження з радіацією. Знання подібної інформації дозволяє зрозуміти, що Б. Обаму представлено в політичному споті як злодія, якому раніше або пізніше доведеться «сплатити» за своє зневажливе ставлення до енергетичної безпеки. Таким чином, алюзія у визначеному споті не тільки сприяє висміюванню політичного опонента, але й збагачує зміст споту.

Одним із джерел алюзій в дискурсі англomовних політичних спотів є історичні особистості, явища та події. Так, в політичному споті «Eddie Izzard – Brilliant Britain» (2010 р.) Лейбористської партії Великобританії, спрямованій проти Консервативної партії, англійський стендап-комік і драматичний актор Едді Іззард попереджує глядача про те, що Торі є «дітьми» сімдесяти першого прем'єр-міністра Великобританії Маргарет Тетчер, та, відповідно, їх політика не буде «м'якою»:

Remember, these people are Thatcher's children! She's still an icon to them! It's Thatcher! Be afraid, be very afraid! They'd take us back to 3 million unemployed, 15% interest rates, tax cuts for the rich, fox hunting and the feudal system given half a chance [11].

Через загальну негативну тональність ім'я Маргарет Тетчер наділяється негативною конотацією. Окличні речення *It's Thatcher! Be afraid, be very afraid!* вказують на іронічне ставлення Е. Іззарда до неї.

Ще одним джерелом алюзій в дискурсі політичних спотів є художня література, головним образом фантастика та казки. Розглянемо наступ-

ний приклад із політичного споту «Bentley Got the Blues» (2014 р.):

Emperor Bentley has no clothes [8].

Політичний спот містить алюзію до казки Г. Х. Андерсена «Нова сукня короля» та її фрази «The King is naked!», за допомогою якої у споті критикується рішення кандидата в губернатори штату Алабама 2014 року Р. Бентлі ввести програму безкоштовного медичного страхування «Medicaid» в Алабамі. Мається на увазі, що за риторикою Р. Бентлі не стоїть нічого, окрім бажання «грати здоров'ям і життям населення Алабами» [12, с. 159]. Алюзія підкріплюється візуально – достатньо непривабливим карикатурним зображенням Р. Бентлі.

Ще одним маркером інтертекстуальності в дискурсі англomовних політичних спотів є паремії. Ті з них, що мають дидактичний зміст, як правило вживаються в дискурсі політичних спотів, спрямованих на негативне представлення або висміювання політичних діячів. Так, спот «Money Talks», створений у 2014 році Комітетом з виборів до Конгресу Демократичної партії США, спрямовано проти її кандидата Стів Сазерленда. В ньому вживається приказка *money talks*:

They say money talks, and when it does Congressman Steve Southerland listens [17].

Далі в споті йдеться про те, що кандидат наживається на роботі американських компаній, які займаються аутсорсингом. Буквальне прочитання приказки створює у споті комічний

ефект, що сприяє дифамації політика. Стів Сазерленда представлено в ньому як людину, яка прислухається до грошей, а не до американського народу. Прислів'я супроводжується у споті зображенням грошей у лічильній машинці.

Парафраз, що є одним із засобів актуалізації інтертекстуальності, який відсилає до чужих думок, оскільки є власне їх переказом, спостерігаємо у наведеному фрагменті:

1 in 2 recent college grads are JOBLESS or UNDEREMPLOYED. [Associated Press, 4/23/12]. 85% MOVING BACK IN with their parents [Time, 5/10/11]. «STUDENT LOAN DEBT exceeds ONE TRILLION DOLLARS» [NPR, 4/24/12] [6].

Парафраз застосовується поряд із цитацією, що сприяє більшій інформативності дискурсу політичного споту та формуванню ціннісних уявлень і переконань їх адресата.

Висновки. Таким чином, політичний спот є видом політичної реклами, скерованої на формування образу певного політичного кандидату. Інтертекстуальний характер дискурсу політичних спотів сприяє встановленню контактів з потенційними виборцями, що є адресатами політичних спотів, та здійснення впливу на них. Засобами актуалізації інтертекстуальності в дискурсі англomовних політичних спотів є цитати, алюзії, прислів'я, приказки, парафрази та ін. Перспективи подальших досліджень пов'язані з вивченням стратегічної організації дискурсу англomовних спотів.

Список літератури:

1. Влах Р. Інтертекстуальність гумору в сучасних англomовних медіаматеріалах на прикладі ситкомів. *Advanced Linguistics*. 2024. № 14. С. 65–73.
2. Воробйова О., Цюкан В. Функції сучасного політичного дискурсу та мовні засоби їхньої реалізації (на матеріалі президентських передвиборчих дебатів у США 2020 р.). *Advanced Linguistics*. 2024. № 14. С. 100–106.
3. Куш Е. О. Критична перспектива дослідження дискурсу в сучасній лінгвістиці. *Наукові записки. Серія «Філологічні науки»*. 2017. Вип. 153. С. 261–265.
4. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : Підручник. Полтава : Довкілля-К, 2008. 712 с.
5. Шульженко Ю. Алюзія у художньому тексті як джерело формування лінгвокраїнознавчої компетентності у підготовці майбутніх філологів (на матеріалі роману Д. Тартт «Щиголь»). *Studia Methodologica*. 2024. № 58. С. 225–235.
6. American Crossroads: Cool. 2012. URL : <http://www.youtube.com/watch?v=LhXGkeMdOJs> (дата звернення 24.02.2025).
7. Back Home. 2014. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=TRR-71oh-mc> (дата звернення 20.02.2025).
8. Bentley Got the Blues. 2014. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=SwzZ98cylvw> (дата звернення 22.02.2025).
9. Charteris-Black J. *Analysing Political Speeches: Rhetoric, Discourse and Metaphor* / 2-nd ed. London : Red Globe Press, 2018. 298 p.
10. Dr. No. 2008. URL : <http://www.youtube.com/watch?v=a3Zy50Dy6Zk> (дата звернення 21.02.2025).

11. Eddie Izzard – Brilliant Britain. 2010. URL : http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/election_2010/8625589.stm (дата звернення 22.02.2025).
12. Fowler E. F. Political Advertising in the United States. Boulder, CO : Westview Press, 2016. 216 p.
13. Haley for Governor TV Ad: Truth. 2014. URL : <http://www.youtube.com/watch?v=W3Xy5yeTWF4> (дата звернення 20.02.2025).
14. It's Game Of Thrones Down There. 2015. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=VbKH67hZWQY> (дата звернення 21.02.2025).
15. Kristeva J. Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art / ed. L. Roudiez, transl. G. Thomas. New York : Columbia University Press, 1980. 305 p.
16. Kushch E. The Aphoristic Potential of Presidential Rhetoric of G. Bush J. // Studies in Modern English / ed. by D. Kumar. Würzburg : Würzburg University Press, 2022. P. 22–25.
17. Money Talks. 2014. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=ps5RrflhIU> (дата звернення 23.02.2025).
18. Romney «Wrong Choice» ad. 2012. URL : <http://www.youtube.com/watch?v=B-RqWe3zyKM> (дата звернення 19.02.2025).
19. Standing Strong. 2015. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=a509uEaedkU> (дата звернення 19.02.2025).

Prohorov M. G. INTERTEXTUALITY OF THE DISCOURSE OF ENGLISH POLITICAL SPOTS

The article is devoted to the research of intertextual character of the discourse of English political spots. The definitions of the notions of a political spot and intertextuality are given in the article, reasons of intertextuality of the analyzed discourse are revealed and means of their actualization are analyzed in it.

*The discourse of political spots is a specific genre of political advertising aimed at shaping the image of a candidate for a political position and influencing the behavior of voters. **Intertextuality** is a property of a text revealing a dialogic connection with previous texts by referring to them. It is also an inherent characteristic of discourse, actualized through a collection of texts of a particular sphere, a common theme or a communicative purpose.*

*Intertextuality is an inherent property of the discourse of English political spots that helps to establish a connection with addressees and influence them by employing familiar images and information that characterize politicians either explicitly or implicitly. Means of intertextuality realization in the analyzed type of discourse include **quotations, allusions, paremias, and paraphrases**.*

*Quotations are widely used in the discourse of English political spots to **criticize opponents** and create the illusion of objectivity of information given in them. Full or reduced forms of quotations are used in the analyzed type of the discourse. They can be not only **verbal** but also **multimodal**, enhancing the density of information presentation. Allusions as means of actualization of intertextuality are also widely used in the discourse of political spots. Sources of origin of such allusion are **films, TV series, literature, historical events, and figures**. Such allusions help to characterize politicians and shape the electorate's perception of them. Paremias with **didactic meaning** are mainly used in political spots to **criticize or ridicule political candidates**. Meanwhile, **paraphrases** enhance the **informative value** of the discourse of political spots, contribute to the formation of value-based perceptions of politicians presented in it.*

Key words: *allusion, the English language, discourse, intertextuality, political spot, quotation.*