

*Прохоров М. Г.,**кандидат політичних наук,**асистент кафедри комунікативної лінгвістики та перекладу
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

АЛЮЗИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ ПОЛІТИЧНИХ СПОТІВ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню алюзивного потенціалу англійськомовних політичних спотів. У статті надається визначення поняття «політичний спот», характеризуються його ознаки як виду гібридної комунікації, визначаються причини та джерела його алюзивності. У статті відбувається також аналіз засобів актуалізації алюзивності в англійськомовних політичних спотах.

Політичний спот є окремим видом політичної реклами, спрямованої на агітацію за кандидата на певну політичну посаду або його негативне представлення на користь політичного опонента. Політичний спот є полімодальним видом комунікації, який має гібридний характер, що актуалізується у поєднанні ознак політичної та рекламної комунікації. Адресатна спрямованість політичного споту, його комунікативно-прагматичне призначення, що полягає у формуванні ціннісних уявлень про політичних діячів задля їх підтримки або дискредитації, пояснює його діалогічний характер та причини появи інтертекстуальних зв'язків, які існують у ньому.

Інтертекстуальність англійськомовних політичних спотів актуалізується алюзіями, що експлікують спільні знання учасників комунікації та образи політичних спотів. Джерелами походження алюзій є художня література, кінофільми, біблійні сюжети та персонажі, політичні й історичні події та особи, меми. Подібні алюзії вживаються у політичних спотах переважно для негативного та карикатурного представлення політичних опонентів, що сприяє формуванню позитивних уявлень про політиків, на користь яких створено політичні споти. Їх підтримка здійснюється також шляхом контрастного представлення політичним опонентам.

Реалізація алюзії здійснюється у англійськомовних спотах за допомогою лексичних засобів номінації та фраз, що експліцитно та імпліцитно характеризують політичних діячів. Велику роль у створенні та протиставленні їх образів відіграють і полімодальні алюзії, сформовані за допомогою аудіо- та відеозасобів політичних спотів. Подібні алюзії можуть поєднуватися із полімодальними метафорами, а також іншими засобами, що сприяють експресивності та запам'ятовуванню образів і сюжетів політичних спотів.

Ключові слова: алюзія, англійська мова, вербальні засоби, інтертекстуальність, образ, політичний спот.

Постановка проблеми. Політична комунікація займає одне із провідних місць серед інших видів інституційного спілкування в сучасних суспільствах. Інтенсивність досліджень політичної комунікації можна пояснити не тільки її популярністю та важливістю для вирішення нагальних соціально-політичних проблем, але й варіативністю у жанровому плані, тематиці, наборі мовних засобів, що вживаються в ній.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на велику кількість досліджень політичної комунікації [1–4], недостатньо вивченою є політична реклама, актуалізована зокрема таким популярним нині жанром, як політичний спот. **Метою** статті є аналіз алюзивного потенціалу англійськомовного політичного споту, а **завданнями** її є надання загальної характеристики політичного споту як жанру комунікації, з'ясування його конститутивних ознак, визначення поняття «алюзія», пояснення причин алюзивності та встановлення джерел і засобів її актуалізації в англійськомовному політичному споті.

Виклад основного матеріалу. Політичний спот є різновидом політичної реклами, покликаної виступати засобом агітації за певного кандидата на політичну посаду, що передбачає формування позитивних уявлень про нього, його програму, його дії, а також негативне представлення його опонента або опонентів. Зауважимо, що політичний спот, який з'явився у середині ХХ століття у США, зазнав значних змін, позначених трансформаціями від простого сюжету та тексту, що супроводжував його у телевізійному ролик, до складного за змістом, структурою та формою рекламного твору, який транслюється нині за допомогою телебачення та мережі Інтернет.

Конститутивною ознакою будь-якого політичного споту є його гібридний характер, що виявляється не тільки у його полімодальності, але й у поєднанні ознак політичної та рекламної комунікації. Як і комерційна реклама, політична реклама та політичний спот як її різновид, покликані рекламувати політичного діяча, його дії та програми, імпліцитно закликаючи масового адресата до певного типу політичної поведінки та дій.

Специфіка політичного споту як виду політичної реклами полягає в тому, що рекламується не товар або послуги, а власне політичний діяч і потенційна політична (електоральна) подія. При цьому політичні діячі, їх діяльність, можуть характеризуватися негативно, що фактично сприяє популяризації їх опонентів.

Як і будь-який рекламний текст, текст політичного споту має яскраво виражений інтертекстуальний і діалогічний характер, який підсилюється за рахунок специфіки каналів комунікації, за допомогою яких він поширюється. Телевізійний текст, за словами Дж. Фіске, має «нецільні мережі, а глядачі впливають на його конструювання не тільки за допомогою свого матеріального соціального існування, але й за допомогою досвіду взаємодії з текстами певної культури, які просочуються до цільового телевізійного тексту» [5, с. 118]. Причиною діалогічності є звернення до масового адресата у політичному споті. Інтертекстуальні характеристики роблять його більш привабливим і цікавим

для адресата, сприяють активізації його уваги до проблематики, сюжету та образів політичного споту, формуванню ціннісних уявлень про того чи іншого кандидата на політичну посаду.

Аналіз фактичного матеріалу дозволив з'ясувати, що одним із засобів актуалізації інтертекстуальності у політичних спотах виступають алюзії. Зауважимо, що під алюзією ми розуміємо «посилання, натяк на певний літературний, історичний, міфологічний або будь-який інший факт або інформацію, зазвичай відому більшості представників певної нації, народу, лінгвокультурної спільноти» [6, с. 8].

Алюзія в тексті політичного споту маркована, як правило, імпліцитно. Для її успішного декодування адресат повинен володіти достатнім рівнем інтертекстуальної компетенції. Значимо також, що алюзія використовується в політичних спотах переважно з метою дискредитації політичних опонентів, вона сприяє створенню їх яскравого негативного образу.

Джерела алюзії англійських текстів політичних спотів є вельми різномірними. Це й уривки з фільмів, серіалів, образів і фраз із художньої літератури та ін. Розглянемо наступний приклад із ролика «It's Game of Thrones Down There»:

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 [7].

Вищенаведений уривок містить алюзію до всесвітньо відомого популярного американського телесеріалу «Гра престолів». Центральна сюжетна лінія серіалу – боротьба за трон вигаданої держави «Сім королівств», пов'язана із великою кількістю двірських інтриг і вбивств. У ролику кандидат у президенти США 2016 року Кріс Крісті називає «Грою престолів» боротьбу республіканців на посаду Спікера Палати представників парламенту країни. Тим самим кандидат виражає своє незадоволення розколом Республіканської партії, внаслідок якої лідер її більшості Кевін Маккарті несподівано зняв свою кандидатуру на виборах Спікера.

Вищенаведений уривок містить алюзію, що реалізується за допомогою вербальних засобів. Частіше, ніж вербальна алюзія, у політичних спотах вживається полімодальна алюзія. Приклад подібної алюзії зустрічаємо 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]

[Paid for by John McCain 2008] [8].

Спот містить полімодальну алюзію до першого фільму про британського суперагента Джеймса Бонда «Доктора Ноу», що реалізується за допомогою номінації Dr. No, а також фону та саундтреку, який нагадує про «бондіану». За допомогою

алюзії до фільму Барак Обама зазнає критики за те, що постійно говорить «ні» енергетичній безпеці.

Для кращого розуміння змісту ролика глядачу необхідно володіти фоновими знаннями про те, що Доктор Ноу – головний злодій фільму, який втратив руку через те, що неправильно поведився з радіацією. Алюзія надає можливість представити Барака Обаму злодієм, який раніше чи пізніше поплатиться за своє зневажливе ставлення до енергетичної небезпеки. Алюзія слугує засобом створення комічного ефекту у визначеному політичному споті, збагачуючи про цьому його зміст.

Значимо, що алюзія, яка застосовується у політичних спотах США, дуже часто сприяє негативному представленню конкурентів. Так, спот «Рееер» кандидата в Сенат США від Айови Брюса Брейлі містить полімодальну алюзію до ролика «Squeal», в якому показуються свині та чується їх вереск. Подібна алюзія спрямована на дискредитацію конкурентки Брюса Брейлі Джоні Ернст:

We've all heard the one about pigs squealing, but when Joni Ernst had the chance to do something in Iowa, we didn't hear a peep. In the State Senate Ernst never sponsored a bill to cut pork, never wrote one measure to slash spending. <...> Joni Ernst's ads are hard to forget, but her record just doesn't cut it [9].

Комічний ефект у споті Б. Брейлі досягається також за допомогою полімодальної метафори «Дж. Ернст – ципля», що реалізується за допомогою іменника *peer*, зображення ципля та звукового супроводження у вигляді циплячого писку. Каламбур *to cut pork*, що використовується в тексті вперше, стає надалі основою нового каламбура: *her record just doesn't cut it (to cut it (inform). – to be satisfactory or successful [10, с. 87] – вона просто не тягне*. Подібні засоби сприяють експресивності та запам'ятовуванню змісту політичного споту, створенню яскравого образу політика, представленого у споті.

Одним із джерел алюзії в політичних спотах є історичні особистості, явища та події. Так, в політичному споті «Eddie Izzard – Brilliant Britain» (2010 р.), створеному за замовленням Лейбористської партії Великобританії, скерованому проти Консервативної партії, англійський стендап-комік та драматичний актор Е. Іззард попереджує глядачів, що Торі – є «дідьми» сімдесят першого прем'єр-міністра Великобританії Маргарет Тетчер, саме тому від них не слід чекати нічого хорошого:

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 ролику ім'я М. Тетчер наділяється негативною конотацією. Окличні речення «It's Thatcher! Be afraid! Be afraid, be afraid!» вказують на іронічне ставлення Е. Іззарда до «Залізної леді».

Приклад алюзії до історичної події міститься в споті «Protect America» (2015 р.):

[Governor Chris Christie] President Obama gave away the store to the Iranians, to a group of people who since 1979 have been chanting, "Death to America". This was negotiated so badly that you wouldn't let this President buy a car for you at a car dealership.

["Christie Says Obama 'Lied' to America About Iran Deal." – Bloomberg.com, 7/15/15] Now, he's lying to the American people about how the deal's gonna work.

I would've walked away from the table.

That's what Ronald Reagan did when he walked away from Mikhail Gorbachev in Reykjavik [12].

Ролік містить алюзію до історичної події – зустрічі Р. Рейгана та М. Горбачова в Рейкьявіку 1986 року. Каменем спотикання на зустрічі стала американська програма «Стратегічна оборонна ініціатива» (COI) або «Зоряні війни», метою якої було створено широкомасштабної системи протиракетної оборони з елементами космічного базування [13, с. 644]. Коли Р. Рейгану запропонували підписати угоду про відмову від програми COI, він встав зі столу перемовин і вийшов із залу. В споті президент США Б. Обама критикується за дуже м'яку стратегію стосовно ядерної угоди з Іраном. За допомогою алюзії на зустріч двох світових лідерів підкреслюється, що США повинні проводити більш жорстоку політику стосовно Ірану.

Джерелом алюзії політичних спотів є художня література, головним чином, фантастика та чарівні казки. Розглянемо наступний приклад із політичного споту «*Bentley Got the Blues*» (2014 р.) [14], який зокрема містить фразу *Emperor Bentley has no clothes*. У роліку міститься алюзія на казку Г. Х. Андресена «Нове плаття короля» [15], в якій король пошив плаття у шахраїв, що є нібито невидимим для дурнів.

Алюзія на казку та її ключову фразу «*А король-то голий!*» у політичному споті критикується рішення кандидата в губернатори Алабами у 2014 році Р. Бенглі ввести програму безкоштовного медичного страхування «Medicaid» в Алабамі. Мається на увазі, що за риторикою Р. Бенглі не стоїть нічого, окрім бажання «грати здоров'ям і життями населення Алабами» [16, с. 94]. Алюзія підкріплюється при цьому візуальним образом – достатньо непривабливим карикатурним зображенням Р. Бенглі.

Хотілось би зауважити, що біблійні та міфологічні алюзії не є типовими загалом для текстів політичних спотів. Нами був зафіксований лише один політичний спот із використанням алюзії на біблійний сюжет. Визначений спот із назвою «*The One*» [17] було підготовлено командою кандидата від Республіканської партії Джона Маккейна напередодні президентських виборів 2008 року в США. Основою споту є також полімодальна метафора «Барак Обама – пророк Моїсей». Як і алюзія, метафора скерована на комічну репрезентацію політичного опонента:

Crowd: *Obama! Obama!*

Voiceover: *It should be known that in 2008, the world will be blessed. They will call him The One.*

Voiceover: *And he has anointed himself ready to carry the burden of the One. To quote Barack Obama! Obama!*

Voiceover: *Can you see the light?*

Barack Obama: *A light will shine down... from somewhere. And it will light upon you. You will experience an epiphany, and you will say to yourself, 'I have to vote for Barack!'*

Voiceover (male): *And the world shall receive his blessings.*

Barack Obama: *This was the moment when the rise of the ocean began to slow, and our planet began to heal.*

Voiceover (male): *Barack Obama may be the one. But is he ready to lead?*

TO LEAD? No [17].

У споті політичний суперник Дж. Маккейна – кандидат від Демократичної партії Барак Обама – представлений таким, що вважає себе всемогутнім месією, але на практиці є не готовим

керувати країною, на що вказує остання фраза, показана на екрані в кінці споту.

Новим трендом є використання в політичних спотах алюзій до Інтернет-мемів. Один із таких спотів має назву «*We need a great leader now!*» (2015 р.) [18]. Спот, створений на підтримку Дональда Трампа, побудований на візуальному контрастному протиставленні кадрів, що зображають військові навчання терористів ІГІЛ, місце терористичних атак у Парижі, уламки російського літака після теракту над Синаєм а, з іншого боку, кадрів із розважального відео BuzzFeed за участю Барака Обама. Після контрастних кадрів на чорному фоні з'являється надпис *IT IS TIME FOR SERIOUS LEADERSHIP*.

Надпис супроводжується аудіозаписом, що об'єднує у єдиний вираз фрази: фразу-мем *Thanks, Obama* та фразу *A bunch of killers with good social media*, яку також закінчує фраза *Thanks, Obama*. Таким чином, в споті Дональда Трампа за допомогою мемів формується негативний образ Барака Обама як шоумена, що несерйозно ставиться до проблеми світового тероризму. У політичному споті фактично вказується, що на зміну Барак Обама повинен прийти серйозний лідер в особі Дональда Трампа. Оскільки меми користуються великою популярністю серед молоді, можливо припустити, що їх використання в політичній рекламі спрямовано на привернення уваги та залучення до підтримки Дональда Трампа молоді.

Висновки та перспективи дослідження. Отже, політичний спот є видом політичної реклами, метою створення якої є агітація за обрання певного кандидата на політичну посаду, що передбачає не тільки його позитивне представлення, але й негативне представлення його опонентів. Характеристикою англійськомовних політичних спотів є інтертекстуальність, що виявляється зокрема в алюзивності. Джерелами алюзії англійськомовних політичних спотів є тексти художньої літератури, кінофільми, біблійні сюжети, політичні та історичні події, меми. Алюзії англійськомовних спотів виражені не тільки вербально, власне за допомогою лексичних засобів і фраз, що виступають засобами характеристики політичних суб'єктів, але й полімодальними, актуалізованими візуальними та аудіовізуальними засобами. **Перспективи подальших досліджень** пов'язуємо з вивченням інших засобів актуалізації інтертекстуальності англійськомовних політичних спотів.

Література:

1. Вусик Г. М. Сучасний політичний дискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2020. Т. 2. № 12. С. 213–217.
2. Клименко І. Теоретичні засади лінгвістичного аналізу політичного дискурсу. *Лінгвістичні студії: збірник наукових праць Української преси*. 2009. Т. 19. С. 182–186.
3. Куш Е. О. Дейктичні засоби вираження етнічних упереджень в англійськомовному дискурсі британських і американських політиків. *Південний архів (філологічні науки)*. 2018. Т. 2. № 72. С. 53–56.
4. Zhykharieva O., Kushch E., Stavtseva V. Suggestive potential of Franklin D. Roosevelt's presidential speech 'Annual Address to the US Congress'. *Amazonia Investiga*. 2021. Vol. 10. № 37. P. 116–124.
5. Fiske J. *Television Culture* / 2-nd ed. London & New York: Routledge, 2011. 358 p.
6. Leppihalme R. *Culture Bumps: An Empirical Approach to the Translation of Allusions*. Cleve don: Multilingual MattersLtd, 1997. 195 p.
7. It's Games of Thrones Down There. 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=VbKH6hZW> (дата звернення 9.09.2024).

8. DrNo.2008. URL: [http://www.youtube.com/watch?v=a3Zy50Dy6Zk\(-дата звернення 9.09.2024\)](http://www.youtube.com/watch?v=a3Zy50Dy6Zk(-дата звернення 9.09.2024)).
9. Реер. 2014. URL : [https://www.youtube.com/watch?v=b3lwSSTEv\(дата звернення 9.09.2024\)](https://www.youtube.com/watch?v=b3lwSSTEv(дата звернення 9.09.2024)).
10. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / 18-th ed. Oxford : Oxford University Press, 2018. 659 p.
11. Eddie Izzard – Brilliant Britain. 2010. URL : [http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/election_2010/8625589.stm\(дата звернення 10.09.2024\)](http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/election_2010/8625589.stm(дата звернення 10.09.2024)).
12. Protect America. 2015. URL : [https://www.youtube.com/watch?v=CqdR6-5_EQ0\(дата звернення 10.09.2024\)](https://www.youtube.com/watch?v=CqdR6-5_EQ0(дата звернення 10.09.2024)).
13. Stone O., Kuznick P. The Untold History of the United States. N. Y. : Gallery Books, 2013. 784 p.
14. Bentley Got the Blues. 2014. URL : [https://www.youtube.com/watch?v=SwzZ98cylvw\(дата звернення 10.09.2024\)](https://www.youtube.com/watch?v=SwzZ98cylvw(дата звернення 10.09.2024)).
15. Andersen H. Ch. The Emperor's New Clothes. New York : Clarion Books, 2014. 48 p.
16. West M. D. Air Wars: Television Advertising and Social Media in Election Campaigns, 1952–2016. Washington : CQ Press, 2022. 192 p.
17. The One. 2008. URL : [http://www.youtube.com/watch?v=mopkn-0IPzM8\(дата звернення 12.09.2024\)](http://www.youtube.com/watch?v=mopkn-0IPzM8(дата звернення 12.09.2024)).
18. We need a great leader now! 2015. URL : [https://www.instagram.com/p/-uAgXOGhV1/?taken-by=realdonaldtrump\(дата звернення 12.09.2024\)](https://www.instagram.com/p/-uAgXOGhV1/?taken-by=realdonaldtrump(дата звернення 12.09.2024)).

Prohorov M. Allusive potential of English-language political spots

Summary. The article is devoted to the study of allusive potential of English-language political spots. The notion of a political spot is defined in the article, its features as a type of a hybrid communication are characterized, reasons of emergence and sources of origin of its allusion are determined. Analysis of means of actualization of allusions in the English-language political spot is also carried out.

A political spot is a separate type of political advertising aimed at agitating for a certain political position or presenting a candidate for a political position negatively in favour of a political opponent. The political spot is a polymodal type of communication with a hybrid character, actualized by a combination of political and advertising communication features. Its communicative and pragmatic purpose lies in forming valuable ideas about politicians for the sake of their support or defamation. The targeted orientation of the political spot, its communicative and pragmatic purpose explains its dialogical nature and reasons of emergence of intertextual relations in it.

The intertextuality of English-language political spots is actualized by allusions that explicate common knowledge of the participants of communication and images of politicians. Sources of allusions are fiction, films, biblical plots and characters, political and historical events and personalities, as well as memes. Such allusions are used in political spots mainly for negative and caricatured representation of political opponents. It contributes to the formation of positive perceptions of politicians supported in political spots. Such politicians are also supported by contrasting and allusive representation of political opponents.

The allusion is actualized in English-language spots with the help of lexical means of designation of politicians and phrases that explicitly and implicitly characterize political figures. Polymodal allusions, formed with the help of audio and video means in political spots, also play an important role in creating and contrasting their images. Such allusions can be combined with polymodal metaphors, as well as other means that contribute to the expressiveness and memorability of images and plots of political spots.

Key words: allusion, the English language, verbal means, intertextuality, political spot.