

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

## ЖАНРОВА ГІБРИДИЗАЦІЯ ДИСКУРСУ АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ ПОЛІТИЧНИХ СПОТІВ

**Анотація.** Статтю присвячено вивченню специфіки жанрової гібридизації дискурсу англійськомовних політичних спотів. У статті надається визначення понять «політичний спот», «гібридний жанр», також здійснюється детальний аналіз моделей і засобів жанрової гібридизації визначеного типу дискурсу.

Політичні споти є відеороликами, утвореними для надання реклами про кандидатів, які висуваються на певну політичну посаду. Дискурс англійськомовних політичних спотів є гібридним за жанровими характеристиками. Гібридний жанр формується шляхом поєднання та змішення рис і засобів різних жанрів. Жанрова гібридизація здійснюється із залученням різних семіотичних систем і одиниць різних мовних рівнів.

Дискурс англійськомовного політичного споту об'єднує характеристики та засоби політичного, рекламного, розмовного та інших жанрів та типів дискурсу. Моделями жанрової гібридизації визначеного дискурсу є жанрове вкраплення та жанрове змішення. Вказані моделі можуть поєднуватися або використовуватися окремо. Вибір та поєднання моделей гібридизації залежить від намірів продуцентів дискурсу.

Жанрове вкраплення характеризується рівнозначними відносинами між засобами його актуалізації, що дозволяє диференціювати їх. Жанрове змішення сприяє взаємопроникненню засобів творення різних жанрів та неможливості їх розрізнення. Залученими можуть бути при цьому не тільки мовні одиниці різних рівнів, структурні та композиційні особливості дискурсу того чи іншого жанру, але й невербальні засоби. Модель жанрового змішення є більш поширеною у творенні дискурсу англійськомовних політичних спотів, ніж модель жанрового вкраплення.

Ідентифікуванню жанрів сприяють не тільки вербальні, але й невербальні засоби, що вживаються в дискурсі політичних спотів англійської мови. Внаслідок жанрової гібридизації вказаний дискурс може характеризуватися ознаками дискурсів розмовного, рекламного, політичного, кінематографічного та інших жанрів. Гібридизація різних жанрів у дискурсі англійськомовних політичних спотів сприяє ефективності передачі інформації та здійсненню прагматичного впливу на адресата.

**Ключові слова:** англійська мова, вербальні та невербальні засоби, дискурс, жанрова гібридизація, модель, політичний спот.

**Постановка проблеми.** Політична комунікація відіграє ключову роль у функціонуванні сучасних суспільств і державних систем, забезпечуючи обмін інформацією не тільки між політиками, але й доносячи її до представників широкого загалу – пересічних громадян, що, в свою чергу, сприяє формуванню суспільної думки про ті чи інші соціополітичні, економічні та інші події, електоральні процеси тощо.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Попри наявність на сьогоднішній день великої кількості лінгвістичних праць, присвячених вивченню політичної комунікації [1–4], що пояснюється не тільки її важливістю, але й багатоаспектною та варіативною актуалізацією, ще й дотепер не вивченим є дискурс політичних спотів.

**Мета статті** полягає у визначенні особливостей жанрової гібридизації дискурсу англійськомовних політичних спотів, а **завдання**, зумовлені метою статті, полягають у визначенні поняття «політичний спот» та наданні його загальної характеристики, поясненні понять «гібридизація», «гібридний жанр». Також у статті аналізуються моделі та засоби жанрової гібридизації дискурсу англійськомовного політичного споту.

**Виклад основного матеріалу.** Дискурс політичного споту відносять до одного із видів політичної комунікації [5; 6; 7], метою створення якого є представлення того чи іншого політичного кандидата, рекламування його дій, програми, образу життя, світоглядних позицій задля агітації та підтримки його у політичних перегонах. Політичні споти створюються також і для дискредитації опонентів певних політичних кандидатів, результатом чого є зазвичай отримання підтримки більшості електорату останніми. Дискурс політичних спотів актуалізований відеороликами, які передаються не тільки по телебаченню, але й через мережу Інтернет.

Зауважимо, що термін «гібридизація» надійшов в науку про мову з біології, де він використовувався для позначення процесу «схрещування генетично гетерогенних організмів» [8, с. 12]. Продуктом гібридизації в біології є, відповідно, організм, отриманий в результаті схрещування генетично різних батьківських форм [8, с. 13]. У 80-ті рр XX століття термін «гібридизація» отримав більш широке значення. Під ним почали розуміти «змішення будь-яких сутностей» [9, с. 10]. У цьому значенні вказаний термін надійшов до різних наук, у тому числі й лінгвістики.

У науці про мову його розглядають як змішення, поєднання різних мов, мовних форм, одиниць, текстових моделей і т.і. На цьому зокрема наголошує К. Санчес-Штокхаммер, відзначаючи, що гібридизація може стосуватися різних мовних рівнів: жанрового, текстового, рівня речення, слова, морфеми, фонему [10, с. 135–152]. Гібридизація, відповідно, виявляє якість гетерогенності мов, їх одиниць, мовних моделей тощо. Гібридизація в мові носить продуктивний характер. Її результатом є поява мовних новоутворень, що володіють власними якостями, необхідними для розбудови текстів, здійснення комунікації, розвитку мов загалом.

Феномен гібридизації стосується і поняття «жанр», що характеризується як «відносно стала та загальновизначена вербалізована форма комунікативної дії або взаємодії, що відзначається характерними для неї стилістичними, структурними, композиційними та мовними особливостями, обумовленими метою та умовами спілкування» [11, с. 32]. Вважається також, що мовленнєвим жанрам потенційно притаманна гібридність, що, на думку В. К. Бхат'я, обумовлено динамічністю спілкування та потребами комунікантів загалом [12, с. 4].

Під гібридним жанром розуміють зокрема «сполучення рис двох або більше жанрів в одному» [12, с. 3], інакше кажучи, жанр, що виявляє якості жанрової гібридності. Під гібридним жанром у статті ми розуміємо жанр, створений у результаті процесу гібридизації, причому подібна гібридизація здійснюється із залученням різних семіотичних систем (вербальної та невербальної) та різних мовних рівнів (від фонемного до дискурсивного).

Дискурс англійськомовного політичного споту, що є одним із видів політичної реклами, являє собою гібридне явище, яке об'єднує властивості та елементи не тільки політичного, рекламного, але й інших жанрів та типів дискурсу. Це власне і виявляє специфіку жанрової гібридизації політичного споту. Вона відбувається у дискурсі англійськомовних політичних спотів за такими двома моделями:

- жанрове вкраплення (genre embedding);
- жанрове змішення (genre mixing) [12, с. 7].

Визначені моделі розрізняються характером відносин між жанровими елементами, що беруть участь у гібридизації. При жанровому вкрапленні відносини між жанрами можна схарактеризувати як референційні. У цьому випадку елементи різних жанрів вкраплюються у дискурс, залишаючись при цьому незалежними одне від одного. Їх жанрова приналежність безпомилково ідентифікується реципієнтом. Модель жанрового змішення передбачає, що між жанрами встановлюються імітативні відносини: один жанр маскується під інший таким чином, що межі між ними важко розрізнити [12, с. 7–8].

При цьому жанрове змішення є більш поширеним у дискурсі англійськомовних політичних спотів. При жанровому змішенні політичний спот як жанр реклами або антиреклами політичних суб'єктів змішується з іншими жанрами, «мімікрує» під них. Так, в останні десятиліття в американському Інтернет-просторі з'явилася тенденція оформлювати політичні споти у вигляді кінотрейлера – невеликого відеоролика, що анонсує фільм.

В якості прикладу розглянемо політичний спот під назвою «Iowa Caucuses Movie Trailer» (2007 р.) [13], опублікований напередодні висування представника демократичної партії США Джона Едвардса на пост кандидата в президенти країни.

Ролик оформлений у вигляді трейлера до фільму про супергероїв. Їз жанру кінотрейлера запозичуються як композиційні, так і мовні та позамовні елементи.

До композиційних маркерів жанрової гібридизації належить зелена заставка із характерним для трейлерів мовленнєвим кліше, що попереджують про вікові обмеження:

«*THE FOLLOWING PREVIEW HAS BEEN RATED CG FOR CAUCUS GOING AUDIENCES*» [13].

Зауважимо, що абревіатура CG (від *Caucus Going*) містить мовну гру, оскільки вона побудована за аналогією з рейтингом Американської кіноасоціації PG (*Parental Guidance Suggested*). Вербальними маркерами жанрової гібридизації у дискурсі політичного споту є мовленнєві кліше та формальна лексика. Так, наприклад, для презентації сюжету використовуються наступні клішовані слова та словосполучення:

«*In a world where corn grows tall and hope grows taller, where people have a special power to decide the fate of a nation, in our most desperate hour, one man can clean up George Bush's mess...*» [13].

Наступне речення розпочинається з кліше, що зазвичай вживається для позначення дати виходу фільму (*On...*), де визначену дату замінює дата виборів. Вживання формальної лексики (*redeemed*), що входить до складу кліше, є також характерною рисою кінотрейлерів:

«*On January 3-rd, a candidate will rise, a party will unite, and a nation will be redeemed*» [13].

Ефект мімікрії підсилюється за рахунок вживання лексики, характерної для кінотрейлерів, для представлення політичного кандидата та членів його сім'ї:

«*Starring John Edwards, Elizabeth Edwards, Cate Edwards and introducing Jack and Emma Claire. <...> John Edwards for President. With your help. Coming January 3-rd*» [13].

До невербальних маркерів кінотрейлера відносимо голос за кадром та музику. Голос за кадром тембром і манерою нагадує творчість культових американських акторів озвучування Хела Дугласа та Дона Лафонтейна. Музичне супроводження є типовим для кінотрейлера: спочатку звучить заспокійлива музика, яка стає потім динамічною та життєстверджувальною. У відеоролику споту на чорному фоні з'являються також підсвічені надписи білого кольору з ключовими словами та фразами, що також характерно для кінотрейлерів.

В політичній рекламі з метою інтимізації спілкування з адресатом та встановлення довіри до адресанта нерідко використовуються елементи розмовно-побутової комунікації та жанру розмовного мовлення. Як правило, для введення елементів побутової розмови в дискурсі політичного споту вживається модель «жанрового змішення». Акцент в основному робиться на діалозі між героями ролика (виборцями або вигаданими персонажами), що обговорюють політичного кандидата та/або його програму. Ідентифікування жанру політичного споту стає можливим після закінчення розмови героїв та із появою самого політичного кандидата.

Приклад змішення побутової розмови знаходимо у дискурсі політичного споту «Not Very Iowa» американської організації «Americans for Prosperity», спрямованого на дискредитацію представниці Республіканської партії Джоні Ернст, яка балотувалась на пост кандидата в сенатори штату Айова у 2014 році:

(1) *[SOMEWHERE IN IOWA]*

(2) – *Dude, they left the gate open. Let's go for a walk.*

- (3) – *No way. Last time we did that we almost got sued.*  
 (4) – *What are you talking about?*  
 (5) – *Well, remember when we were chilling down by Bruce Braley's vacation home?*  
 (6) – *Yeah, down by the lake. The guy who ran for Senator.*  
 (7) – *Yeah, he threatened he'll sue over that.*  
 (8) – *Because we walked on his property?*  
 (9) – *Uh-huh. He wants to be an Iowa Senator, and he threatens to sue over us – over chickens.*  
 (10) – *It's not very neighbourly.*  
 (11) – *You know, it's not very Iowa.*  
 (12) *[DEFEAT BRUCE BRALEY] Bruce Braley.*  
 (13) *[NOT VERY IOWA] He's not very Iowa. <...>*  
 (14) – *You know, we need tort reform, not a guy who makes a federal case out of chickens [14].*

Зауважимо, що розмова у відеоролику політичного споту відбувається між двома курками в курятнику. Для розуміння предмету їх розмови адресату необхідні володіти фоновими знаннями. У політичному споті висміюється наступна подія. У 2011 році в штаті Айова отримав великий резонанс казусний випадок з Брюсом Брейлі, який також був кандидатом у сенатори Айови. Чоловік поскаржився на свою сусідку в асоціацію домовласників через те, що курки забрели на територію його замиського будинку. При цьому Брюс Брейлі почав погрожувати тим, що подасть до суду на жінку. Мешканці Айови засудили кандидата за таку поведінку. Відповідно, розмова курок імплікує конфлікт, що стався у Айові.

Дискурс споту містить вербальні та невербальні маркери жанру побутової розмови. До вербальних маркерів визначеного дискурсу належать:

- фразові єдності «питання-відповідь» (*What are you talking about? – Well, remember ...; Because we walked on his property? – Uh-huh...*);
- розмовна лексика (*dude, chilling, guy*);
- розмовні кліше (*you know*);
- вигуки (*yeah, uh-huh*);
- еліптичні речення (*Yeah, down by the lake. The guy who ran for Senator*).

До невербальних маркерів жанру побутової розмови належать зображення двох курок, які спілкуються в курятнику. Вибір персонажів дискурсу політичного споту та спосіб подання інформації в ньому, сприяє його гумористичному характеру та дискредитації політикині.

Зазначимо, що вибір тієї чи іншої моделі жанрової гібридизації визначається прагматичною метою дискурсу кожного конкретного політичного споту та його адресантів. Якщо перед ними стоїть завдання проілюструватися те чи інше ствердження, то використовується модель «жанрове вкраплення». Якщо адресант бажає встановити контакт з адресатом, скоротити дистанцію між ним та собою, здійснити ефективний імпліцитний вплив, то гібридизація найчастіше відбувається за моделлю жанрового змішення або жанрової мімікрії.

Актуалізації жанрової гібридизації сприяють не тільки вербальні, але й невербальні засоби. Розглянемо ті з них, що застосовуються в полімодальному дискурсі політичного споту «Crooked Hillary» (2016 р.), скерованого на дискредитацію кандидата в президенти США від Демократичної партії Гіллари Клінтон [15]. Визначений спот було створено на під-

тримку іншого кандидата на пост президента країни, яким був Дональда Трамп у виначений період.

Політичний спот містить фрагменти двох виступів Гіллари Клінтон. Перший із них є фрагментом відеоконференції із Міжнародної південноамериканської спілки робітників («The Laborers' International Union of North America») в Лас-Вегасі 21 вересня 2016 року, на якому після перерахування своїх заслуг, Гіллари Клінтон ставить наступне риторичне питання:

«...why aren't I fifty points ahead, you might ask?» [15].

Другий є фрагментом виступу на фандрайзинговому заході в Нью-Йорку 9 вересня 2016 року, на якому політикиня негативно відізналася про американців, що підтримують Трампа:

«... you could put half of Trump's supports into what I call the basket of deplorables» [15].

Вищевказані уривки обіграються в ролику задля дискредитації Гіллари Клінтон. Так, її риторичне питання вживається як ініціююча репліка діалогу з актором озвучування, який називає причини, чому Гіллари не може перемагти Дональда Трампа у президентських перегонах. До маркерів жанрової гібридності належать, в першу чергу, такі вербальні засоби, як риторичне питання та особовий займенник *you*, характерний для мовлення політика (*why aren't I fifty points ahead, you might ask...; you could put half of Trump's supports...*).

Вказане свідчить також про жанрове вкраплення політичної промови (політичного виступу) у дискурс політичного споту, що здійснюється з метою встановлення контакту з адресатом та формування негативних уявлень про Гіллари Клінтон. Ідентифікації жанру сприяє відеопоказ подій, що відбувалися під час промови. Здійсненню імпліцитного впливу на адресата політичного споту сприяє також показовість окремих людей, які реагували негативно на слова політикині. Зауважимо, що гібридизація різних жанрів у дискурсі англійськомовних політичних спотів дозволяє підвищити ефективність сприйняття інформації в них, допомагаючи при цьому здійсненню необхідного прагматичного впливу на масового адресата.

**Висновки та перспективи дослідження.** Таким чином, політичний спот являє собою вид політичної реклами або антиреклами кандидатів, які обираються на певну політичну посаду. Характерним для дискурсу англійськомовних політичних спотів є феномен жанрової гібридизації, що виявляє специфіку поєднання декількох жанрів, властивості та засоби не тільки політичного, рекламного, але й інших жанрів дискурсу. Жанрова гібридизація відбувається у визначеному дискурсі за моделями жанрового змішення та жанрового вкраплення. Подібні моделі іноді можуть поєднуватися. Одиницями актуалізації жанрової гібридизації виступають при цьому не тільки вербальні, але й невербальні засоби, що сприяє досягненню комунікативного задуму адресата та здійснення прагматичного впливу на адресата. **Перспективи подальших досліджень** будуть спрямовані на вивчення лінгвостилістичних особливостей дискурсу англійськомовних політичних спотів.

#### Література:

1. Воляннюк І. О. Політичний дискурс в умовах російсько-української війни: лінгвістичний аспект. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Т. 1. № 23. С. 47–51.
2. Кузнецова Г. В. Адресованість та адресат (на матеріалі політичного дискурсу). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2021. № 48. С. 105–108.

3. Куш Е. О. Ідеологічна зумовленість семантико-граматичної варіативності упередженого дискурсу американських і британських політиків. *Наукові записки Національного університету Острозька академія. Серія : Філологічна*. 2017. № 64 (1). С. 220–224.
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. Прохоров М. Г. Діалогічний характер англійськомовних політичних спотів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2024. Вип. 67. Т. 1. С. 96–99.
6. Cap P. & Okulska U. Analyzing Genres in Political Communication: An Introduction / Analyzing Genres in Political Communication: Theory and practice // eds. P. Cap & U. Okulska. Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins Publishing Company. P. 1–26.
7. Diamond E. & Bates S. The Spot: The Rise of Political Advertising on Television. 3rd ed. Cambridge, MA : MIT Press, 1992. 418 p.
8. Бажора Ю. І. Біологія : навчальний посібник. Одеса : Прес-кур'єр, 2012. 272 с.
9. Ярошенко Т. М. Етика сучасності: феномен гібридизації. *Український соціум*. 2017. № 1. С. 8–19.
10. Sanchez-Stockhammer Ch. Hybridization in Language. Conceptualizing / Cultural Hybridization: A Transdisciplinary Approach // ed. by Ph. W. Sanchez-Stockhammer. Berlin : Verlag, 2012. С. 133–157.
11. Swales J. M. Research Genres: Explorations and Applications. Cambridge : CUP, 2004. 314 p.
12. Bhatia V.K. Genre-mixing in Professional Communication: The Case of 'Private Intentions' V. 'Socially Recognized Purposes' / Explorations in English for Professional Communication // ed. by P. Bruthiaux. Hong Kong : City University of Hong Kong, 1995. P. 1–19.
13. Iowa Caucuses Movie Trailer. 2007. URL : <http://www.youtube.com/watch?v=Fz0opfKcc5s> (дата звернення 22.10.2024).
14. Not Very Iowa. 2014. URL : <http://www.youtube.com/watch?v=go-lMaYN8gg> (дата звернення 23.10.2024).
15. Crooked Hillary. 2016. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=Fm-lzOh-1KJA> (дата звернення 23.10.2024).

**Prohorov M., Chepyshko R. Genre hybridization of the discourse of English political spots**

**Summary.** The article is devoted to the study of the specificity of genre hybridization of English political spots

and their discourse. The notions of a political spot and hybrid genre are defined, models and means of actualization of genre hybridization of the abovementioned type of discourse are analyzed in details in the article.

Political spots are video clips created to advertise a candidate for a specific political position. The discourse of English political spots is hybrid by its genre characteristics. Hybrid genre is formed through combination or mixture of peculiarities and means of different genres. Genre hybridization is carried out with the help of different semiotic systems and units of different language levels.

The discourse of English political spots combines characteristics and means of political, advertising, colloquial and other genres and types of discourse. Models of genre hybridization of the stated discourse are genre embedding and genre mixing. Mentioned models can be combined and used separately. Choice and combination of the models of hybridization depends on intentions of the producers of the discourse.

Genre embedding is characterized by equal relations of means of its actualization This helps to differentiate them. Genre mixing contributes to the mutual penetration of genre-forming means. That's why it is impossible differentiate them according to their genre characteristics. Not only language units of different levels, structural and compositional features of the discourse of a particular genre, but also non-verbal means may be involved in the process of genre mixing. The model of genre mixing production of the discourse of English political spots is more typical than the model of genre embedding.

The identification of genres is facilitated not only by verbal, but also by non-verbal means used in the analyzed type of discourse. As a result of genre hybridization it may possess features of colloquial, advertising, political, cinematographic and other genres of discourse. The hybridization of different genres in the discourse of political spots of the English language contributes to the efficiency of information transmission and its pragmatic influence on the addressee.

**Key words:** the English language, verbal and non-verbal means, discourse, genre hybridization, model, political spot.