

系统功能语言学视角下的互文性

——书面广告语篇研究

A SYSTEMIC-FUNCTIONAL STUDY OF INTERTEXTUALITY:

THE PRINT ADVERTISING DISCOURSE

杨增成 著

中国社会科学出版社

杨增成 著

系统功能语言学视角下的互文性

书面广告语篇研究

STEMIC-FUNCTIONAL STUDY OF INTERTEXTUALITY

THE PRINT ADVERTISING DISCOURSE

本书的出版由北京工商大学学术专著出版资助项目 (ZZ2010-01)、北京市属高等学校人才强教计划资助项目 (PHR201108084) 和教育部人文社会科学研究青年基金项目 (10YJC740122) 联合资助。

图书在版编目(CIP)数据

系统功能语言学视角下的互文性：书面广告语篇研究 /
杨增成著. —北京：中国社会科学出版社，2012. 11

ISBN 978 - 7 - 5161 - 1678 - 4

I. ①系… II. ①杨… III. ①广告 - 书面语 - 语言
艺术 - 研究 IV. ①F713. 8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 251262 号

出 版 人 赵剑英

选题策划 郎丰君

责任编辑 郎丰君

责任校对 李海燕

责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 (邮编 100720)

网 址 <http://www.csspw.cn>

中文域名：中国社科网 010 - 64070619

发 行 部 010 - 84083685

门 市 部 010 - 84029450

经 销 新华书店及其他书店

印刷装订 三河市君旺印装厂

版 次 2012 年 11 月第 1 版

印 次 2012 年 11 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16

印 张 15.5

字 数 201 千字

定 价 40.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书，如有质量问题请与本社联系调换
电话：010 - 64009791

版权所有 侵权必究

语篇学的研究角度及有关问题（代序）

友生杨增成此书以系统功能语法的观点来研究广告语篇的“互文性”（intertextuality），材料和角度都比较新鲜，探讨也细致深入，是语言研究的有益尝试。该项研究具有实用价值，也有理论价值；这些，读者阅后自能领会。但一本书除了使人得到直接需要的信息和好处之外，还可能引起各种联想。我们读书，也要多思。在书和读者的互动中，可能存在着或激发出一些潜在的认识价值。在此我就不避烦琐，借机谈论一下由此书可能想到的问题，供读者参考。至于想到的问题该怎样评价或引起怎样的感觉就是另外的事了。

书中说道：广告语篇中经常插入一些证人的话语，经常仿拟一些名篇，又往往用双关的方式来表达一些信息；这些原因导致了广告语篇中比较丰富的“互文”现象。这种现象很普遍，但一般人都熟视无睹。语言研究者就要善于从普通的现象中揭示出其中的条理和机制。书中的例子俯拾即是，所论也大体恰当。但我们承认这些，不等于“互文”本身就完美无缺，就可以漫无边际地使用了。我们在欣赏灵巧华美的广告之同时，也要保持对语言纯洁性的敏感。而眼前中国的广告语中就有这类语言过度泛滥的问题。像“完完全全痔（治）好了”，这种取巧的同音词其功力是很小的。另外，语音的应用还有方言的局限：（电梯）“上上下下的享受”，在粤方言中会毫无作用；因为那里“上”作方位词（引申表示上层人物）是去声，作动词却还存古音是上声（动词“上下”还说成“上落”）。这更是写广告者做梦也想不到的事；当然他也许本来就管不了那么多，反正都是胡抓，抓到什么算什么。这么说来，普通民众在天天接触广告时当会有不同的反应；有时也需要对语言的使用表示关切。这里我还没有说到一些实际造成语言污染的广告（并非只我一人感觉如此）；应该批评抵制那种广告，维护语言的健康发展。

杨生此书的语篇研究采用了系统功能语法的体系，从语言的三个元功

能之维度分别揭示广告语篇的“互文性”机制和特点。如果从语篇学主将之一 Beaugrande 在其与 Dressler 合著的《语篇学导论》中给语篇性质的阐述来看一下,就可以明白所谓“互文性”的实质和地位。杨生在这个方面的重点工作是有成绩的。Beaugrande 提及的语篇性质有:(1) [句法] 衔接性;(2) [语义] 连贯性;(3) 意向性;(4) 可接受性;(5) 信息性;(6) 情景性;(7) 语篇间关涉性 (intertextuality ‘互文性’)。最后这个概念‘互文性’的使用,杨生是暂时“从众”——在大量的中文文献中就是用这个译名来表述的。

但《导论》中 *intertextuality* 一词的本义,却可以说是从巴赫金的对话理论和“复调”理论化生出来的。巴赫金提倡文本(语篇)的一种互动理解:把文本中的每一种表达都看成是众多声音交叉、渗透与对话的结果。(按,此思想的最古源头应可追溯至柏拉图那里。)20 世纪 60 年代它由法国的语言学家和文艺批评家克里斯蒂娃阐发,成为后现代主义、后结构主义批评的标志性术语。学界有人把它译为“文本间性”,指在两个或多个文本之间发生的交互关系。它包括“跨文本性”(transtextuality,即不同特定文本之间的关系)和“文本关涉性”(intertextuality,即某一文本通过记忆、重复、修正而向其他文本产生的扩散性影响)。换言之,所有文本都互通互依,今在文本都是对先在文本的吸收和转换。文学文本(语篇)的互动理解,在西方文论传统里早就存在。18 世纪初英国诗人蒲伯曾在拉丁诗人维吉尔的作品中发现了荷马。蒲伯认为:诗人如能善于模仿古典作品,他就能更好地模仿自然;换言之,一首诗在模仿自然方面的优劣可能取决于它对前(人)文本的模仿。类似的审美习惯也见于中国古代的诗文中。而宋人黄庭坚则多少把它理论化了。他说杜甫的诗之所以好,是因为杜甫读书破万卷,故其诗“无一字无来处”。黄庭坚写诗宗杜学杜,他提倡学习古人时要“点铁成金”、“夺胎换骨”。有人严责之,说此论等于公开鼓励剽窃前人诗句。其实黄氏并无剽窃之意,他的不少佳句确为点铁成金从古人的诗句中巧妙转化而来并有自己的创造成分。这就是古诗中(古文中也有)的用典现象。这个现象很普遍,但历代诗人虽然无不领会用典的妙处,却从未在学理上对典故的机制作出透彻的阐述;因为中国学人的传统向来不在意构筑思辨理论体系,故即偶有所论也往往不够系统、准确、严密……黄庭坚就是如此。但若用巴赫金的复调理论来解释,一下子就清楚了:在包含典故的诗句中,读者既听到作者的声音,又仿佛听到前代诗人的声音。而这就显示了两代诗人的两个语篇(文本)之间存在关涉的微妙性质。

由前文对文本间关涉性的解释可见所谓“互文性”的内涵。但很可

惜，“互文”原是一个中国传统诗文遣词造句技巧的特定用语，其含义却与当代（经翻译来的）外国文论之所谓“互文（性）”毫不相关。互文句法（或修辞格）见于一个词（组）或句（组）之中的上下两截：上下文里各有交错省略的成分却又互相补足（互文见义），从而勾连并合成为一个意义完整、节律匀称、形象生动的表达形式。汉语的日常表达中处处使用互文手法；比如在“四通八达”，“千方百计”等成语中，“四通”和“八达”互文；其意义与“四通”或“四通”相当。“千方百计”亦然。而“乱七八糟”则有点乱，按理原应作“七乱八糟”或“乱七糟八”；也许“乱七八糟”才恰足以形容其乱吧！注意：“四通八达”未必实指，也许是五通十达呢。另外，“千方百计”也不必实指，或许只有三四条计策而已。所以互文说法的语词组串里两截互相补充、虚实相间、灵活生动，而语义往往得到强化。英语的类似例子很少。但如 the pitch and marrow（要点），the very marrow and substance（实质）；Time and tide（= time）wait for no man（岁月不待人）；by hook or by crook（千方百计、不择手段）等，也勉强可以拿来与汉语的类似说法相比。在诗歌中，汉语的互文对很多人而言是很隐晦的；不经指点根本就觉察不出也更理解不准。应该看到：互文有三种情况。第一种情况：表达式两截中的一截就足以表意。比如“四通八达”，就是“四通”之意；“八达”在语义上是可有可无的，但在均衡的四字词语结构中仍然必须有它。第二种情况：表达式中的第二截虽然没有绝对必要，但是又并非完全可有可无；如“生龙活虎”，单说“生龙”就感觉表意不足，因为“活虎”提供了另一个形象。类似的例子有“山重水复疑无路，柳暗花明又一村”（依句法可看做山复水重、柳明花暗；但柳暗花明的形象较好）；山与水、柳与花，省去一半就各都大失趣味，因为这些词并非无实际意义的累赘表达，而是并列表达（即既要提到山也要提到水等），以增强诗句的内容（通过对仗又使形象交错呈现而凸显其丰富性）。第三种情况最隐蔽：两截的互补性极强、缺一不可。唐诗名句“秦时明月/汉时关”就是适例（若只说“秦时明月”根本就不通，这与“千方/百计”可只说成“千方”是不一样的）。该句的真意应理解为（动态的）：秦时的明月（凄凉地）照着汉时的边关，而汉时的明月也（凄凉地）照着秦时的边关！——总之，从秦到汉，也就是从古到今，无时不有（残酷的）征战！（可叹万里长征中的人仍未还乡啊！）这里的互文仍然是简单的互文，但很多人都没能领会。（若理解为〔静态的〕秦时的明月和汉时的边关还在，那是很不够的。若只理解为秦时的明月还照着汉时的边关，意思仍然少了一半。）且看该诗头两句的一种英语译文（Witty Byner 译）：

The moon goes back to the time of Qin, the wall to the time of Han.
And the road our troops are travelling goes back three hundred miles.

有人认为，这个译文采用分译法来处理“秦”、“汉”之间的文化互文性，很好地体现原诗的互文见义的妙处。其实该译文很难传达出原作的互文意义。我们也不知道译者是否完全掌握原句的含意；就是中国学人也未必人人知之（什么叫‘秦汉之间的文化互文性’？）。另有一种译文

（裘克安译）是：

The moon and the pass remain the same as in Qin and Han,
But the soldiers on their long trek are still not back.

这句译文的意思是：明月和边关还是秦汉时代的样子（静态！）。语意既有缺失，表达又欠生动，也欠深沉！若把英文回译成汉文，真会被说成“明月和边关依然同秦汉时代的一样”，但这还是好诗吗？要把汉语的互文看透已经不易；要译好更难，甚至简直不可能。译者往往很无奈。总之，一些古诗文中的常识性问题，今天也成了多少有些艰深的学问了。古人善用互文的更典型例子（也是更长语言序列的互文例子）见于汉乐府诗《战城南》：

战城南，死郭北。野死不葬乌可食。

其意为战于城南城北、也死于城南城北。尤其突出的还有北朝的《木兰诗》：

雄兔脚扑朔，雌兔眼迷离；两兔傍地走，安能辨我是雄雌？

这里的意思是雌雄兔子都脚扑朔、眼迷离；决不能认为雌雄两兔各有不同动作表现——雌雄都一样行动，难分彼此！（所以‘扑朔迷离’变为浑然一体的成语，就是很自然的事了。）但如此隐蔽的、说穿了又很简单的互文（交错句法），民间歌手尽可信手拈来，而我辈却大都不懂。可见即便是母语的语法或章法，也需认真学习方能精通。至于杜甫《狂夫》中的“互体”对句：

风含翠篠娟娟净，雨裊红蕖冉冉香。

上句风中有雨，下句雨中有风。这样巧妙的表达从语义说来实质上也可算互文；但因为没有语法形式的体现，可姑置不论。

要之，互文是一种语法修辞方式。它是一个语篇（文本）内的东西，与多个语篇（文本）之间的“语篇（文本）间性”了不相干。所以把 *intertextuality* 译为“互文性”显然不妥。

语篇间性有很大的利用和发挥空间。如杜甫《春望》：“国破山河在，城春草木深”，司马光说：“‘山河在’，明无余物矣。”可谓见解深刻。但艾荫范教授却联系《史记》中刘邦的谋士劝刘邦王关中的说辞“被山（华山）带河（黄河），四塞为固”等文本来解此句：华山黄河仍在而且险固，但国都长安被攻破了；可见江山之本“在德不在险”。（《诸将》的“洛阳宫殿化为烽，休道秦关百二重”也有此意。）经这样的文本间沟通，可以明白杜甫的诗句是批评唐玄宗失德祸国。艾氏此释，是有道理的。但他的《登鹤鹤楼》别解联系许多用“白日”写悲观情怀的诗歌，说：王之涣（他终生未得志）看到白日尽、黄河流，就（感慨地）想到人生在走下坡路；因此才欲更上一层楼去舒望眼、荡胸襟。今按：“白日”也可作中性词用，《唐诗三百首》里就有“四角碍白日”、“幽映每白日”、“白日放歌须纵酒”、“醉卧不知白日暮”等；设若说‘红日山头照’，也不见得就是好景（而“长河落日圆”之类却并不因其是落日就不壮美）。艾氏此解可能走得太远了；况且该诗查实还不是王之涣作的，要联系身世说诗也靠不住。

在后现代主义文论者看来，所有作品中都存在“文本间性”。我们写文章引用别人的观点时我们的文章与别人的文章固然具有文本间性；甚至在我们很不经意地用了一个成语或词句时，因为这个词或句是前人留下的，我们的文章也就不可避免地与前人的文章具有“文本间性”了。但这一来，就有把这个性质泛化的弊病。我们是否具有独创性，还不是最重要的问题。严重的问题更在于如何解释我们的话语。由于这种理论允许联系前人或他人的话语来解释我们的话语，则我们的话语能否得到正确的诠释就很可能成了一个悬案。更有甚者，某些后现代主义历史哲学家把历史文献看成文学文本：既然二者都是文本，那么它们就都参与了同样的“文本间性”的语言游戏——如果我们无法通过文学〔语篇〕来接触（真实的）生活，那我们也不能指望通过历史文献〔语篇〕的叙述话语来接近（真实的）过去。^①

① 不过，后现代历史哲学虽然有消解历史之嫌，但海登·怀特也曾主张把历史事实中的实在性和真实性化解为主体间性（使真实性来源于不同认识主体之间的认同），而大胆设想一种具有全人类的主体间性之世界历史或思辨的历史哲学，以沟通过去、现在和未来！

可见,“语篇间性”对于语言学是合适的译名。但同义的“文本间性”在文艺理论等领域中用起来也还有方便之处,故亦可保留。

我们之所以倾向于这样的译名,是因为还有其他概念也要译为“某某间性”(inter-ness):首先是西方现代哲学的现象学和诠释学之核心概念——主体间性(intersubjectivity)。现在已经出现了以主体间性为核心的、广泛的“间性论”;例如文化间性(interculturality)、客体间性(interobjectivity)、个人间性(interpersonality),以及媒体间性(intermediality)甚至网络间性(internetality)。有人认为诠释学是从关注主客体间性(inter[ob] subjectivity)变为关注主体间性。^①还有人主张:现代德国哲学的主体间性必须改写为“他者间性”(inter-otherness),因为人们只有在做到了互为他者时才能真正实现互为主体。^②

所有这些“间性”,是令人眼花缭乱的问题;有的问题同“语篇间性”(文本间性)密切相关。由此至少可见,语篇及其理解、客体和主体之间仍然有无穷无尽的问题要研究和解决。不少学科已经从语言学中汲取了灵感而发展了自身的理论,导致其研究发生过语言(学)转向。有鉴于此,语言学者也应主动关心其他学科的研究,以充实语言学的研究内容并使语言学发挥更大的作用。

周流溪

2012年8月18日

① “主客体间性”(inter[ob] subjectivity),此语可见潘德荣的论文《诠释学:从主客体间性到主体间性》(《安徽师范大学学报》2002年第3期)。不知它该如何英译;现在我权且加进这个英译名。参见 Schoenwandt, Jeanne Marie (1999), **Toward a feminist “third space”: photographic “sites” of cultural transformation** 一文的提要(从Google网上搜得)。原文有句云: A trialectical relation of Visuality, Embodied Inter (ob) subjectivity and Space therefore characterizes a feminist approach to, and conceptualization of, “third space”.

② 曾见国内学者提出可把文本间性与主体间性的交叉关系称为“文学间性”。这样的“间性”用英语表达也许只能说成 inter-ness in literature。

中文提要

互文性最初是文学研究中的一个概念，它首先由 Kristeva 提出，她认为每一个语篇都是一个交织体，人们从这个交织体中可以读到至少另外一个语篇。最初了解互文性概念和理论的人并不多，Barthes 对该概念的普及功不可没。随着互文性理论的发展，这一概念逐渐进入到其他领域的研究中，如音乐、绘画和摄影等研究领域。它也吸引了语言学领域一些学者的研究兴趣，如 Beaugrande & Dressler、Fairclough、辛斌和 Hatim & Mason 等学者都对互文性进行过研究。这些研究有力地推动了互文性理论的发展，并为进一步的研究奠定很好的基础。

关于互文性，虽然已有不少研究成果，但是仍有很多问题还没有得到很深入的研究。本书从系统功能语言学的角度对下列问题进行了探讨：

1. 互文性与语境间存在怎样的关系？
2. 在概念意义和人际意义方面语篇中不同声音间的存在怎样的对话关系？
3. 语篇通过怎样的方式把不同声音联结成连贯的语篇？

本书研究的理论视角是系统功能语言学。系统功能语言学认为语言与语境间存在着密切的关系，语言发挥着概念、人际和语篇三大元功能，这三大元功能体现于具体的语言形式。本书以系统功能语言学的基本理论作指导，研究探讨了上述的三个研究问题。

本书选择书面广告语篇作为研究语料。书面广告语篇中存在着比较丰富的互文现象，但是对这些互文现象的研究尚不是很丰富。为了使语篇传递的内容更可信，广告语篇中经常插入一些证人的话语。为了使广告语篇能较长地留在读者的记忆中，广告语篇经常仿拟一些名篇。另外受社会文化语境的影响，广告语篇往往用双关的方式来表达一些信息。这些原因导致了广告语篇中比较丰富的互文现象。

全书共分为八章。第一章提出了本书的研究问题、选择的语料及研究方法。第二章是文献综述。第三章从互文性的角度提出了一个新的语篇概

念：语篇是包含一个或多个声音的服务于一定交际目的形式。

本书的第四章研究了语境要素和互文性的关系。本章首先分析了书面广告语篇的社会文化语境和情境语境。该类语篇的社会文化语境有如下一些特点：广告语篇对经济生活有着非常重要的意义，但是大多数人都不会在翻阅期刊和报纸时主动去阅读广告语篇，另外广告的制作和流通受一定法律法规的约束。在情境语境方面，语境是广告语篇所宣传的产品。在语旨方面，书面广告语篇的生产者是代表商品提供者的广告商，语篇的接收者是潜在的顾客，在他们两者之间，一般来说，后者比前者拥有更大的权力，因为在市场上，买卖行为的发生与否通常是由消费者而不是由生产者所决定的。书面广告语篇的语式是书面语言和图像符号等。本章的研究表明书面广告语篇的这些语境特点会对互文类型的选择以及语篇中某些声音的某些语言特点会产生影响。

第五章从概念意义的角度研究了语篇中不同声音间的对话关系。语篇的经验意义可以通过词汇和及物性系统得到传递。不同声音之间的对话关系可以通过多模态手段，也可以通过语言手段得以体现。在经验意义方面，书面广告语篇中不同声音间存在着投射关系和补充关系。投射关系指的是一个声音传递的经验意义投射于另一声音，从而丰富后者所传递的经验意义。不同过程的句子所传递的经验意义存在着差异，这些不同的意义可以相互补充，共同传递有关某一主题的信息。

第六章从人际意义的角度研究了语篇中不同声音间的对话关系。具体来讲，该章从语篇参与者的角色关系、评价手段的运用和语气的选择等角度探讨了声音间的关系。每个声音都会为该声音的发出者和接收者设定一定的角色，从而每一声音都会为他们双方设立一定的角色关系。在一定的语篇中，各个声音所设立的角色关系可能是一致的，比如各个声音都使语篇接收者处于一个有利的角色位置。在有的语篇中，角色关系可能是不一致的：在某个声音中，角色关系有利于声音发出者，而在另一声音中，角色关系有利于声音接受者。

评价系统是重要的表达人际意义的资源。评价手段的有效运用有助于广告语篇交际目的的实现。在书面广告语篇的有的声音中，评价手段不明显，但是，其他声音可能含有丰富的资源，从而弥补了前者的不凸显。另外，在评价方面，声音之间还会存在着投射关系，即一个声音所表达的评价意义会投射到另一个声音。

第七章研究各个声音间的连接机制。语篇中存在着多个声音，它们不是随意地堆砌在一起的，而是有机地联结在一起，构成一个连贯的语篇，

而不是非语篇。语篇的语类结构、衔接链、句子结构以及主题的连续性等都有助于不同声音间的联结。

第八章对整个研究进行了总结，并对本研究的启示意义进行了简要的说明。

本书以书面广告语篇为语料，从系统功能语言学的视角探讨了语篇中的互文性。由于水平所限，书中肯定还有不少不足之处，敬请各位前辈、同仁不吝赐教。

Contents

Chapter 1 Introduction	1
1. 1 The Research Topic / 1	
1. 2 Rationale for the Present Study / 3	
1. 3 Objectives of this Research / 4	
1. 4 Data and Methodology / 5	
1. 5 Organization of this Book / 13	
 Chapter 2 Previous Researches on Intertextuality	 15
2. 1 The Origin of the Theory of Intertextuality / 15	
2. 2 The Literary Study of Intertextuality / 18	
2. 3 The Study of Intertextuality in Arts / 22	
2. 4 The Study of Intertextuality in Linguistics / 23	
2. 5 The Linguistic Studies of Some of the Specific Forms of Inter- textuality / 27	
2. 6 Summary / 33	
 Chapter 3 A Systemic – Functional Model for the Study of Inter- textuality	 37
3. 1 Approaches to Discourse Analysis / 38	
3. 2 A Systemic – Functional Approach to Discourse Analysis / 40	
3. 3 A Systemic – Functional Model for the Study of Intertextuality / 45	

Chapter 4 The Relationship Between Intertextuality and Context	
.....	49
4. 1 Contextual Variables / 49	
4. 2 The Relationship Between Discourse and Context / 54	
4. 3 The Contextual Factors for the PAD / 56	
4. 4 The Relationship Between Intertextuality and Context / 59	
 Chapter 5 The Experiential Meaning in the Discourse Involving Intertextuality	
.....	71
5. 1 The Dialogical Relations Among the Voices / 71	
5. 2 The Experiential Meaning Expressed by Lexicon / 79	
5. 3 Linguistic Analysis of Process / 86	
 Chapter 6 The Interpersonal Meaning in the Discourse Involving Intertextuality	
.....	103
6. 1 The Participant Relationship / 103	
6. 2 The Appraisals in the PAD / 132	
6. 3 The Mood in the Discourse Involving Intertextuality / 151	
 Chapter 7 Linking Different Voices in Discourses Involving Intertextuality	
.....	161
7. 1 Generic Structure / 161	
7. 2 Texture / 179	
7. 3 Linking Voices through Sentence Structure / 196	
7. 4 Coherence in the Discourse Involving Intertextuality / 198	
 Chapter 8 Conclusions	
.....	209
8. 1 Major Findings / 209	
8. 2 Implications / 211	

Bibliography	213
---------------------------	-----

Acknowledgements	229
-------------------------------	-----

Chapter 1 Introduction

1.1 The Research Topic

This is a study of intertextuality from the perspective of Systemic – Functional Linguistics (SFL). It analyzes the relationship between context and intertextuality, the interaction among different Voices and the coherence of the discourses involving intertextuality with the print advertising discourse (PAD) as the material.

1.1.1 The Definition of Intertextuality

In some discourses, it is very easy to identify the traces of other discourses. Such traces may be realized in the form of speech representation, quotation, parody and so on. Discourse [1.1] is such an example.

Discourse [1.1]

Not all biscuits are created equal

There are biscuits, then there are Creations. A luxurious collection of Fox's finest biscuits smothered in rich dark chocolate, smooth milk chocolate and creamy white chocolate. Don't you deserve the best this Christmas?

(*Woman & Home*, Dec. 2005)

In this discourse, it is very easy to notice the trace of another dis-

course. In “Not all biscuits are created equal”, the trace of “all men are created equal” from *Declaration of Independence* is easily identifiable. So there are two voices in this discourse: one is from the author of this discourse, the second one is from *Declaration of Independence*.

The absorption of one discourse into another one, as illustrated in the example above, is termed as intertextuality. According to Kristeva (1980: 66), “each word (text) is an intersection of word (texts) where at least one other word (text) can be read.” According to her, intertextuality is the relationship between any text and the combination of knowledge and any signifying practices that endow the given text with semantic meaning. In this book, the concept is narrowed down to only cover the co – presence of two or more texts with identifiable forms in a discourse.

In news reports and literary works, this feature is particularly striking. The voices other than the author’s can often be noticed in the news reports in the forms of direct or indirect speeches. The traces of previous literary works can often be identified in some literary discourses in terms of themes, plots and language forms. The intertextuality in the literary genres and news genres has been studied by many scholars, which enhanced the development of this theory.

1.1.2 Concepts Related to Intertextuality

In discourse [1.1], besides the part composed by the advertiser, there are traces from *The Declaration of Independence*. The advertiser’s part and such traces are termed as Voice (with the initial “v” capitalized) or intertext in this research. Every Voice has its producer and targeted receivers, who are respectively termed as addresser and addressees of the Voice in question. For the production of a discourse involving intertextuality, there should be a figure who is responsible for the selection and arrangement of different Voices. This figure is termed as the producer of the whole discourse.