

3. Филимонова, Е.П. Спортивный дискурс в координатах институционального дискурсивного пространства / Е.П. Филимонова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2016. Вып. 4. С. 136-140.

4. Caldwell, D. Sounds of the game: An interpersonal discourse analysis of 'on field' language in sports media / D. Caldwell // Discourse, Context & Media. 2020. Vol. 33. DOI: 10.1016/j.dcm.2019.100363.

5. Hutchins, B. The Acceleration of Media Sport Culture. Twitter, telepresence and online messaging / B. Hutchins // Information, Communication & Society. 2011. Vol. 14 (2). P. 237-257. DOI: 10.1080/1369118X.2010.508534/.

6. Mauro, M. Media discourse, sport and the nation: narratives and counter-narratives in the digital age / M. Mauro // Media, Culture & Society. 2020. Vol. 42(6). P. 932-951. DOI: 10.1177/0163443720902910.

7. Ross, A., Rivers, D. Sport in the new media landscape: Community, participation and discourse. / A. Ross, D. Rivers // Discourse, Context & Media. 2020. Vol. 35 (5). DOI: 10.1016/j.dcm.2020.100378.

8. Thorpe, H. Action Sports, Social Media, and New Technologies: Towards a Research Agenda / H. Thorpe // Communication & Sport. 2016 . Vol. 5 (5). P. 554-578. DOI: 10.1177/2167479516638125.

Список источников фактического материала

1. The official home of tennis for Britain. LTA [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.lta.org.uk>.

2. The official website of St. Helens R.F.C. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.saintsrlfc.com>.

3. News – Leeds Rhinos [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.therhinos.co.uk/news>.
4. Official site of Wigan Warriors [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://wiganwarriors.com>.

5. Castleford Tigers website [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://castlefordtigers.com>.

УДК 81`42

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА ТЕКУЩЕГО МОМЕНТА: ПРОЕКЦИИ И ОТРАЖЕНИЯ

Н.А. Прокофьева, Е.А. Щеглова

г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

В статье рассматриваются факторы появления ключевых слов текущего момента, отражающих речевую рефлексию общества относительно информационной повестки дня. В центре внимания авторов также формирование лексико-семантического поля вокруг таких слов, в частности возникновение стилистически маркированных оценочных

синонимов, занимающих теньевую позицию относительно центральных лексических единиц. В основу исследования положена авторская методика отбора и анализа ключевых слов текущего момента. Источником эмпирического материала послужили массмедиа в широком понимании термина: с включением материалов соцсетей.

Ключевые слова: ключевое слово текущего момента, медиадискурс, язык массмедиа, вакцина, лексико-семантическое поле, речевая рефлексия.

CURRENT KEY WORDS: PROJECTIONS AND REFLECTIONS

N.A. Prokofeva, E.A. Shcheglova
Saint Peterburg, Russia

The article is devoted to the current key words appearance factors, capturing the society speech reflection regarding the information agenda. The article is focused on the creation of the lexical and semantic field around such words. In particular the subject of studying is the stylistically labeled evaluative synonymous occurrence, which are occupying shadow position relative to the central lexical units. The research is based on the author's current key word selecting and analyzing methodics. The empirical materials source is the mass media in the broad sense including social media materials.

Key words: current key word, media discourse, mass media language, vaccine, lexical and semantic field, speech reflection

Язык неизменно остается предметом интереса исследователя как живое отражение рефлексии общества относительно текущей повестки дня. В первую очередь это касается социальных и политических потрясений, которые определяют направление общественной мысли и, как следствие, оставляют свой след в языковой картине мира носителя языка. Таким следом – хвостом кометы – становятся ключевые слова текущего момента¹, возникающие под влиянием значимых событий в жизни всего человечества или национального сообщества.

Именно политическая злоба дня становится основным стимулом обновления языкового пространства, причем новации – лексические и грамматические – возникают преимущественно в языке массмедиа, описывающем и определяющем социальную и политическую сферу функционирования общества.

Эти изменения в первую очередь касаются появления новых слов, вызванных к жизни необходимостью номинации новых явлений реальной дей-

¹ Термин первоначально введен Т. В. Шмелевой в работе 1993 года «Ключевые слова текущего момента» [5], в настоящее время он получает новое звучание и осмысление, предполагающее уточнение терминологического значения, конститутивных признаков и особенностей функционирования актуальной лексики.

ствительности, но также они могут проявляться как семантическое обновление уже существующего слова, расширение его синтагматических и парадигматических связей.

Интересно, что в настоящее время язык массмедиа понимается не только и не столько как язык профессиональных журналистов, но еще и как огромное, неосвоенное, пространство социальных сетей. В этом есть своя логика: здесь представлен живой, истинно народный, язык на этапе становления, метаморфоз и закрепления новых значений, сочетаемости, управления во всем многообразии и непредсказуемости развития языковой системы.

Язык социальных сетей представляет собой кипящий котел, в котором проверяются на прочность новые и обновленные лексемы, в котором определяются коннотативные значения слов, происходит узуализация нового – общественное одобрение вновь возникшего языкового явления. Неслучайно многие слова активно обсуждающегося сейчас языка коронавирусной эпохи [3] получили апробацию в социальных медиа, в том числе в новых жанровых формах, которые сформированы и закреплены здесь.

Итак, необходимо определить, что понимается под ключевым словом текущего момента. Это лексическая единица, тесно связанная в сознании носителя языка с каким-либо значимым событием. Становясь средством референции такого события, слово постепенно становится его метонимией в медиадискурсе и – в отличие от других лексических единиц – обретает коммуникативный статус [2]. Обычно языковой единицей, обладающей коммуникативным статусом, считается предложение. Слово же, являясь средством номинации, таким обладать не должно. Однако, будучи ключевой, та или иная лексема привносит в (медиа)контекст всю совокупность смыслов, связанных с определенным значимым для общественности событием, т. е. становится носителем смыслов, заключенных во многих предыдущих контекстах, актуальных в конкретный момент для носителя языка.

Связь с конкретным событием – главный признак ключевого слова текущего момента. Здесь включается работа так называемых фатических оборотов – ассоциативных связей с множющимися в условиях избыточной информатизации контекстами употребления слова. Приращение коннотаций и обременение слова дополнительными смыслами воспринимается как естественный процесс обновления семантики слова и обеспечивает мгновенное вхождение слова в обиход и быструю утрату им флера новизны.

Формальный признак, который позволяет судить о смене статуса лексемы, – это резко возрастающая частотность употребления слова, его тиражируемость в гипермедиаексте новости, что со временем обуславливает приобретение им свойства прецедентности. В этом смысле можно говорить о своеобразной вирусности ключевого слова текущего момента: это неологизм – лексический или семантический, – который возникает одновременно в сознании многих, большинства. И в силу этой своей органичности возникновения в языке быстро адаптируется в узуе, становясь своеобразным зна-

менем ситуации. Захватывая многие умы, оставаясь какое-то время на пике повестки дня, ключевое слово текущего момента переживает волны популярности, подхватывающие одна другую и предопределяющие частотность упоминания его в профессиональных медиа и соцсетях. Играет роль и наслаждение, пусть и непродолжительное, новизной слова: психологический закон интереса ко всему новому срабатывает в языке с той же вероятностью, как и в других сферах жизни.

Содержательными признаками, дополнительно характеризующими ключевое слово текущего момента, являются следующие:

1) употребление слова в сильных текстовых позициях (таких как заголовки, тэги и пр.): на пике актуальности события основной новостной поток неизменно крутится вокруг него, что влечет за собой резкий рост употребления ключевых единиц, в это время слово становится своеобразным крючком, завладевающим вниманием потенциального читателя и гарантирующим прочтение материала;

2) семантические изменения, проявляющиеся в процессе развития новостной волны: расширение контекстов словоупотребления неизменно приводит к обогащению лексического значения – конкретизации, реализации метафорического потенциала, переходу из разряда терминологии в разряд общеупотребительной лексики, – что постепенно приводит к семантическому сдвигу и (кардинальному) изменению значения слова;

3) обрастание внеязыковыми парадигматическими и синтагматическими связями, формирование лексико-семантического поля: не менее важным представляется процесс приобретения словом новых внутриязыковых связей через расширение потенциала сочетаемости и развитие ассоциативных цепочек, особенно интересно пересечение лексико-семантических полей в части периферии, которое обеспечивает понимание языковой картины мира и ощущение глубинного восприятия подтекстовых смыслов;

4) активное словообразование, разрастание словообразовательного гнезда, часто с элементами языковой игры: показателем вхождения в узус языковой единицы является формирование дериватов, этот процесс является отражением игровой природы языка, причем особого внимания заслуживает популярность языковых игр со словом в соцсетях, где как раз представлена живая рефлексия общества в отношении ключевых слов текущего момента.

Можно сказать, что ключевые слова текущего момента во всей совокупности определяющих их признаков являются уникальным речевым ресурсом, отражающим актуальную повестку дня. Они демонстрируют развитие общественной, политической и культурной жизни общества в актуальном настоящем. Их уникальность во многом определяется метонимической связью с событием, вызвавшим такие лексемы к жизни. В отличие от множества слов-однодневок, порождаемых дискурсивной практикой медиа, целью которых всегда является поиск яркой новой речевой формы, ключевые слова текущего момента не исчезают бесследно вместе с изменением языковой

моды. Они сохраняют свой прецедентный шлейф и продолжают функционирование в медиадискурсе, иногда вновь активизируясь и актуализируясь вслед за изменениями информационной повестки.

Уникальный случай такого рода – это длительно и вместе с тем динамично развивающаяся ситуация с пандемией Covid-19, результатом существования которой стало формирование развернутого лексико-семантического поля с центральной единицей *коронавирус*. Изменения в жизни общества, связанные с принятием правительственных мер по сдерживанию распространения инфекции, вызывают к жизни все новые лексические ресурсы для отражения текущей ситуации. Слова *дистанционка*, *удаленка*, *карантин*, *самоизоляция*, *локдаун*, *куар-код* и многие другие уже прочно вошли в нашу жизнь и даже получили оперативную словарную фиксацию [1; 4]. Каждый новый виток развития ситуации неизбежно ведет за собой существенное приращение к формирующемуся лексико-семантическому полю.

Среди основных элементов этого лексико-семантического поля выделяются слова, связанные с наименованиями, которые сформировались вокруг темы вакцинации как основной профилактической меры борьбы с болезнью: *вакцинация*, *вакцина*, *Спутник* и пр. Слово *вакцинация* формирует вокруг себя самостоятельное лексико-семантическое поле: настолько значима затрагиваемая им тема. При этом, пожалуй, ни одно другое пандемийное ключевое слово не сформировало вокруг себя такое количество полярных оценочных значений: от единственной надежды на спасение до средства массового убийства граждан. Когда концентрация оценочных значений достигает критической массы, запускается цепная реакция деления: ключевые слова порождают проекции и отражения, концентрирующие один полюс оценки – отрицательный. В качестве примера рассмотрим центральное понятие этой событийной линии гипермедиатекста о пандемии – *вакцина*. В качестве эмпирического материала нами были изучены материалы медиаплатформы Яндекс.Дзен, лента которой формируется материалами как профессиональных журналистов, так и обычных пользователей. При этом лента автоматически подстраивается под интересы отдельного пользователя, отслеживая историю посещенных страниц, а каждый участник коммуникации имеет возможность оставить свой комментарий к материалу. Такой формат позволяет оперативно отследить активные процессы в словоупотреблении, связанном с актуальной повесткой дня.

Лексема *вакцина* начинает функционировать как ключевое слово текущего момента с января 2021 года. Точкой отсчета здесь можно считать начало массовой вакцинации от Covid-19, начавшейся в декабре 2020. Начиная с января 2021 года многие медиа обращаются к теме вакцинации в научном, медицинском, практическом, даже историческом аспекте (Ср.: *Вакцины принца Ольденбургского; Кем были первые антипрививочники* – заголовки научно-популярных исторических журналов начала 2021 года), сопутствующим фоном становится массовое создание мемов, в которых осмысляется

это явление. В этот момент происходит конкретизация значения слов *вакцина* и *вакцинация*, что объясняется соотнесенностью их с актуальными событиями, определяющими мировую повестку дня.

С марта 2020 года по январь 2021 года словами *вакцина* и *вакцинация* пройден путь от употребления преимущественно в понятийном значении к употреблению преимущественно в денотативном: если ранее это были терминологические единицы, обобщенно называющие явление профилактики болезней с помощью создания дополнительного иммунитета лекарственным способом, то сегодня слово *вакцина* и слово *вакцинация* связывается только с лекарственным препаратом профилактики заболевания Covid-19 и профилактическими прививками против этого заболевания. В марте 2020 года при объявлении пандемии сразу возрастает количество употреблений этих слов в словарном значении. С течением времени и развитием ряда событий, сопутствующих изобретению вакцины от коронавируса, сосредоточением медиадискурса на этих событиях слова *вакцина* и *вакцинация* однозначно воспринимаются как номинации, напрямую связанные с текущей ситуацией в области здравоохранения и не выходят за пределы семантической соотнесенности с профилактикой коронавируса.

Однако конфликтность ситуации неизбежно порождает активное движение антипрививочников – общности людей, не приемлющих вакцинацию и активно выступающих против нее. Резко отрицательное отношение к предмету речи требует возникновения соответствующей номинации (ср.: само слово *антипрививочники* – стилистически нейтральная номинация сторонников соответствующего движения – в злободневной ситуации противостояния вакцинации от коронавируса приобретает стилистически маркированный синоним *антиваксеры*, значимым моментом в отношении употребления этого слова является его заимствованность: в русском узусе заимствованное слово традиционно обладает мощным потенциалом выражения отрицательно-оценочного значения). Терминологическое происхождение слова *вакцина* не способствует его употреблению как оценочной, эмоционально-экспрессивной единицы, поэтому в узусе появляются его антиподы: *жижа*, и даже *шмурдяк*. Оба слова существуют в узусе и становятся проекциями ключевого слова *вакцина* по принципу логической смежности. Важно, что эти слова изначально занимают теневую позицию относительно основной номинации.

Многие платформы в соответствии с законом о распространении заведомо ложной информации о коронавирусе отслеживают содержание статей, посвященных этой теме (на Яндекс.Дзен каждый такой материал сопровождается предупреждением пользователей о возможности получения недостоверной информации и предложением обратиться к официальным источникам), поэтому авторы каналов чрезвычайно аккуратны в подборе речевых средств для своих текстов и не используют эмоционально-экспрессивных лексических единиц. Однако в комментариях пользователи чувствуют полную свободу самовыражения и стремятся четко продемонстрировать свою принадлеж-

ность к движению антиваксеров, а слова, подобные лексемам *жижжа* и *шмурдяк*, становятся маркерами их позиции. Таким образом, зона распространения таких слов изначально оказывается строго ограниченной, вынесенной за пределы основного текста. Часто авторы каналов, не желая открыто демонстрировать свою принадлежность к антиваксерам и ковид-диссидентам, намеренно самой темой основного поста провоцируют подписчиков канала открыто выразить свое мнение в комментариях, поддержать их позицию. Еще больше комментариев с эмоционально-экспрессивными эквивалентами ключевых слов можно обнаружить под постами, написанными в поддержку вакцинации или других правительственных мер по сдерживанию распространения инфекции.

Оба упомянутых слова обладают существенным потенциалом экспрессивности благодаря уже существующим в языке коннотациям. Становясь же синонимами к слову *вакцина* и претерпевая в силу этого семантические изменения, данные номинации дают запредельные отрицательно-оценочные смыслы.

Само по себе нейтральное слово *жижжа* преимущественно употребляется в отрицательных контекстах (ср. *навозная жижжа*), что объясняет потенциал употребления слова как отрицательно-оценочного. Также свою роль в этом играет коннотация неопределенности – ‘нечто непонятное, неизвестное, неидентифицируемая жидкость’ (‘Всякая густая жидкость из смеси жидких и твердых частиц’ – «Большой толковый словарь русского языка», под ред. С. А. Кузнецова), – на чем и основан анализируемый метонимический перенос. Слово *жижжа* становится способом выражения целого спектра оценочных значений, обусловленных устойчивым списком претензий, которые предъявляют к вакцине антиваксеры.

Главная претензия пользователей соцсетей к создателям вакцины заключается в том, что правительство получает прямую финансовую выгоду от создания и продажи непроверенного, по мнению противников вакцинации, медикамента:

Елена, уже сегодня по радио слышала . с продажи жижи в другие страны (которые пользуются нашей жж) Россия получила миллиарды долларов. Ну то что Россия получила -это громко сказано 😊 [примеры приводятся в авторской орфографии и пунктуации – Н. П. и Е. Щ.]

Выгодное, прибыльное производство заведомо отрицательно оценивается в русском ментальном пространстве, поэтому косвенно слово становится частью отрицательно-оценочного контекста, а дальнейшая языковая игра (сокращение *жж*, которое созвучно принятой аббревиатуре *ЖЖ* – «Живой журнал») подкрепляет это впечатление.

Прямым указанием на первичность в номинации *жижжа* оценочного компонента является встраивание ее в синонимический ряд со словами, традиционно называемыми отрицательные или осуждаемые явления:

семен семеных, ковида нет, поберегите себя, не ходите за жижей, это яд

В приведенном примере создание прямого соответствия между вакциной и ядом исключает возможность инотолкования: создание новых парадигматических связей между словами становится возможно с учетом подразумеваемого семантического сдвига в значении слова-альтернативы. Налицо естественный языковой процесс приращения экспрессивности словотворчества с каждым новым витком развития ситуации. И когда не хватает официально признанного слова, появляется его теневой дублер, подобно шварцевской Тени аккумулирующий все отрицательные черты явления.

Вопрос финансирования исследований и обеспечения бесплатной массовой вакцинации остается основным в дискуссии, разворачивающейся вокруг вакцины. И дополнительным аргументом в пользу некоего подвоха со стороны властей предречающих является именно возможность бесплатной прививки:

*Слов нет для нашего правительства. Главное **ввести жижду бесплатную**, а тесты и лекарство стоят ,мама не горюй. Больницы и поликлиники Голикова сократила наполовину. Нет врачей. Многие на скорой не могут оказать помощь, выслушивают проклятия родных умирающего. Бросают работу. Медицина коммерческая.*

При этом сочетание *бесплатная жижда* обладает еще большим зарядом отрицательной оценки, и именно бесплатность вакцинации становится выразителем отрицательной коннотации. То есть как получение денег (правительством, здесь – *им*), так и отсутствие необходимости оплачивать (для народа: *бесплатная жижда*) в вакцинационном дискурсе пользователями сети оценивается отрицательно. В этом воплощается принципиальная противоречивость русского менталитета вообще и неоднозначность отношения к предмету дискуссии в силу недостаточности информации в частности.

Таким образом реализуется привычный сценарий противопоставления «мы–они», кульминацией развития которого становится утверждение:

нет, конечно! никто из этой воровской шайки не делал укол жиждой!

Перед нами классический пример бездоказательного заявления, так называемого последнего аргумента в споре, основанного на типичном противопоставлении властных структур и народа. Типичный пример демагогии, основанный исключительно на предельной эмоциональности используемых номинаций. Аналогичные примеры употребления эмоционально заряженного слова наблюдаются и в контекстах со второй теневой номинацией вакцины.

Жаргонное (по некоторым источникам региональное – украинизм) *шмурдяк* – суррогат вина, низкокачественное дешевое вино, на которое «подсаживаются» – само по себе уже резко отрицательно. В процессе метонимического переноса актуализируется коннотации ‘низкопробный, самопальный, наркотик’. Отсюда противопоставление здорового образа жизни употреблению шмурдяка:

Гуляйте, кушайте фрукты овощи, питайтесь полноценно, принимайте противовирусные, лечитесь дедовским методом, все у вас будет отлично , не подсаживаетесь на шмурдяк.

Употребление лексемы примечательно сочетаемостью, которая явно демонстрирует синонимичность слов *шмурдяк* и *наркотик*. На *шмурдяк* не просто подсаживаются, но его еще и варят (ср. *варить винт*, *варить амфетамин* и пр.), таким образом проявляется пренебрежительно-оценочное значение слова, а авторы вакцины, соответственно, приравняются к наркобаронам, зарабатывающим на изготовлении и распространении наркотических веществ:

Шмурдяка этого столько наварил и, столько денег освоили, медицину до оптимизировали, образованное поколение не нужно, на удаленку...потом денег нет вы держитесь и ограничения будут сняты

Последним аргументом становится полная бесполезность вакцины – вещество, приготовленное таким способом точно не может быть эффективным:

Шмурдяк не помогает ясное дело.

Развитием темы вакцины как ‘низкопробного наркотика’ становятся проекции глагола *вакцинировать* – *ширяться*, *колоться*:

Константин, А вот я переболел легко и ширяться не намерен; семен семеныч, вакцинированные умирают легче и быстрее, без мучений,, так что не раздумывайте!!! Колитесь, батенька!; Столько слов написано. А правда где? Или [предположительно «Иди» – Н. П. и Е. Щ.] уколись я думаю. Песков же обещал начать пропаганду уколов по другому;

а также выстраивание синонимического ряда окказионализмов, созданных по непродуктивным моделям образования, как способ выражения саркастического отношения к предмету речи: *вакцинация* – *уколизация*, *овценкация*:

*Ктонибудь может логически объяснить смысл **принудительной уколизации**? Только экономическая выгода чиновников, вложившихся в производство **шмурдяка**? Или это "мина замедленного действия" закладывается в организмы населения?; И никто не понимает, что причиной всему **овценкация**.*

Приведенные примеры – малая часть аналогичных речевых реализаций проекций ключевых слов текущего момента. По данным «Словаря русского языка коронавирусной эпохи», в язык за год пандемии вошло более 3500 слов, и значительная их часть как раз такие проекции, отражения ключевых слов текущего момента, часть из которых сами приобретают значение ключевых.

Важнейшие наблюдения, сделанные в ходе анализа материала, состоят в следующем:

- 1) ключевые слова текущего момента являются важнейшей речевой формой рефлексии общества относительно текущей ситуации;
- 2) они становятся способом референции важнейших событий в жизни современного общества;
- 3) вместе с тем в процессе оценивания происходящего и поиска виновных меняется характер употребления ключевых слов, появляются многочислен-

ные коннотативные оценочные значения, множатся фатические смысловые обертоны, отражающие ассоциативные связи деталей событийной линии;

4) часто эмоционально-экспрессивных ресурсов самого ключевого слова оказывается недостаточно для выражения точки зрения отдельных групп общества, отсюда появление синонимических проекций, обладающих мощнейшим оценочным зарядом;

5) употребление таких лексем становится способом самоидентификации в сети (как по словам *жизжа* и *шмурдяк* в значении ‘вакцина от коронавируса’ пользователи сразу узнают так называемых антиваксеров, включающихся в дискуссию).

Библиографический список

1. Медиасловарь ключевых слов текущего момента / под ред. Н. А. Прокофьевой, Е. А. Щегловой. URL: <https://dataslov.ru> (дата обращения: 24.01.2022).

2. Прокофьева, Н. А., Щеглова, Е. А. Ключевые слова текущего момента мировой повестки дня: особенности национального преломления / Н.А. Прокофьева, Е.А. Щеглова // Современный русский язык: функционирование и проблемы преподавания. Вестник по материалам XXV Международной научно-практической конференции. Будапешт: Российский центр науки и культуры в Будапеште, 2020. С. 154–163.

3. Русский язык коронавирусной эпохи / под ред. М. Н. Приемышевой. Санкт-Петербург: Институт лингвистических исследований РАН, 2021. 610 с.

4. Словарь русского языка коронавирусной эпохи / под ред. М. Н. Приемышевой. Санкт-Петербург: Институт лингвистических исследований РАН, 2021. 550 с.

5. Шмелева, Т. В. Ключевые слова текущего момента / Т. В. Шмелева // Collegium, 1993. №1. С. 33–41.

УДК 81.42

РОЛЬ АЛЛЮЗИИ В ЗАГОЛОВКАХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ (НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТ «ИЗВЕСТИЯ» И «СПОРТ-ЭКСПРЕСС»)

А.Э. Царева, В.В. Мушкова
г. Пенза, Российская Федерация

В статье рассматриваются особенности аллюзии, выделяются ее разновидности, анализируется использование приема на газетной полосе, сравниваются аллюзивные заголовки двух разноплановых изданий на материале газет «Известия» и «Спорт-Экспресс». Делается вывод о том, что аллюзия применяется для создания ярких и запоминающихся заголовков с целью эмоционального воздействия на читателя, формирует межтекстовые связи, придает тексту новое, дополнительное