

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, дополнитель-

ное значение. Кроме этого, выясняется, что аллюзия встречается чаще на газетной полосе общественно-политических изданий.

Ключевые слова: аллюзия, стилистический прием, заголовок, прецедентный текст, экспрессивность.

THE ROLE OF ALLUSION IN HEADINGS OF PUBLICISTIC TEXTS (ON THE EXAMPLE OF THE NEWSPAPERS "IZVESTIA" AND "SPORT-EXPRESS")

A.E. Tsareva, V.V. Mushkova
Penza, Russian Federation

The article discusses the features of allusion, highlights its varieties, analyzes the use of the stylistic method on the newspaper page, compares the allusive headlines of two diverse publications based on the materials of the newspapers "Izvestia" and "Sport-Express". It is concluded that allusion is used to create bright and memorable headlines for the purpose of emotional impact on the reader, forms intertextual connections and gives the text a new additional meaning. In addition, it turns out that the allusion is more common on the newspaper page of socio-political publications.

Key words: allusion, stylistic method, title, precedent text, expressiveness.

В современном мире каждого из нас окружает огромное количество информации из самых разных источников, одним из которых выступают средства массовой информации. СМИ освещают множество общественных проблем и событий. Однако, чтобы точно затронуть и заинтересовать аудиторию, журналистам необходимо постоянно находить яркие и необычные способы подачи материала. В таком случае на помощь приходят стилистические приемы. Одним из самых ярких является аллюзия.

Цель нашей работы состояла в выявлении особенностей стилистического средства – аллюзии – и определении ее роли в публицистических текстах. Помимо этого, необходимо было рассмотреть практическое применение аллюзии на газетной полосе.

Для достижения поставленных целей требуется решить следующие задачи: раскрыть понятие «аллюзия»; определить особенности данного приема; проанализировать использование аллюзии на газетной полосе; сравнить, в каких газетах это стилистическое средство встречается чаще.

Материалами исследования выступают две разноплановые газеты: «Известия» и «Спорт-Экспресс». «Известия» освещает события общественной жизни, культуры, политики, спорта, а также рассматривает вопросы экономики и бизнеса. «Спорт-Экспресс» же публикует исключительно спортивные новости.

Аллюзия (от лат. *allusio* – шутка, намек) – это скрытая ссылка на какое-либо историческое событие, общественный, политический факт, известное

изречение или произведение искусства. Аллюзией принято называть особый прием, при котором новый текст, создаваемый автором, соотносится с прецедентным событием или объектом.

Аллюзия может переносить качества и свойства «персонажей и событий на те, о которых идет речь в данном высказывании». В такой ситуации она «не восстанавливает хорошо известный образ, а извлекает из него дополнительную информацию» [1]. По содержанию С.И. Виноградов разделял аллюзию на историческую и литературную.

В современном газетно-публицистическом дискурсе аллюзия часто используется для создания ярких, запоминающихся заголовков. Данный стилистический прием помогает авторам достичь экспрессивности и выразительности в названиях своих статей.

Для сравнения частотности появления аллюзии было рассмотрено и проанализировано по 10 номерам газет «Известия» и «Спорт-Экспресс».

Газета «Известия»

Приведем самые интересные, на наш взгляд, примеры аллюзии в заголовках данной газеты.

«Приземление и наказание. Власти определили, каким IT-гигантам потребуются офисы в РФ». Здесь применяется аллюзия на известное литературное произведение Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание». В публикации говорится о том, что крупные иностранные компании должны создать на территории России представительства, и какие санкции будут введены в случае неисполнения закона. В названии статьи автор проводит связь между описываемым фактом и романом Достоевского. (№220 (30908) от 23 ноября 2021 г.)

Заголовок *«Картель картелем вышибают»* построен на преобразованном фразеологизме «клин клином вышибают». (№218 (30906) от 19 ноября 2021 г.)

«Хвост с трубой. Плохие теплотрассы в России могут согреть 220 тыс. котлов». Трансформированный фразеологизм «держат хвост трубой». Так как автор изменил исходный текст, заголовок приобрел новый смысл, но также сохранил в себе значение от первоначального высказывания. (№218 (30906) от 19 ноября 2021 г.)

«Персонаж нон грата. Роскомнадзор удалил 1900 ссылок на аниме-сериалы». Отсылка на термин «персона нон грата», означающий иностранное лицо, присутствие которого не желательно на территории государства пребывания. В переносном значении употребляется как нежелательная персона. Автор статьи сравнил аниме-сериалы, которые запретили власти, с персонай нон грата. (№218 (30906) от 19 ноября 2021 г.)

«Далеко от яблони. Поставки iPhone в страну приблизились к историческому максимуму». Это аллюзия на поговорку «яблоко от яблони недалеко падает», однако в данном случае значение меняется на противоположное.

Вероятнее всего, смысл заголовка состоит в том, что смартфоны доставляют в Россию, которая далека от «яблони», тех стран, где производят продукцию «Apple», как в географическом, так и в экономическом плане. (№217 (30905) от 18 ноября 2021 г.)

«*Звездный воин. Что скрывает российская система противоспутникового оружия*». В данном заголовке легко обнаружить аллюзию на серию фильмов «Звездные войны». В статье идет речь о системе космической обороны страны, поэтому автор использует название, близкое по тематике и известное широкому кругу читателей. (№217 (30905) от 18 ноября 2021 г.)

В заголовке «*Взлетай, оружие. Что за ракету испытала Россия в космосе*» используется аллюзия на художественное произведение Эрнеста Хемингуэя «Прощай, оружие!». Материал публикации об испытаниях космического аппарата, поэтому составитель статьи как бы подчеркивает важность успешного запуска ракеты. (№216 (30904) от 17 ноября 2021 г.)

«*Скупой заплатит. ОНФ выявил низкое качество охраны школ и больниц*». Этот заголовок состоит из измененной поговорки «Скупой платит дважды». Автор использует такой прием, чтобы выразить свое отношение к столь острой проблеме, как безопасность социальных учреждений, которая ставится под угрозу из-за стремления сэкономить на охранных услугах. (№216 (30904) от 17 ноября 2021 г.)

«*Права и виноват. В ГД прорабатывают увеличение штрафов за подделку водительского удостоверения*». В этом заголовке содержится намек на сразу два произведения русской классики: на романы Ф.М. Достоевского «Преступление и наказание» («*Тварь ли я дрожащая или право имею?*») и А.С. Пушкина «Капитанская дочка» («*Разберись, кто прав, кто виноват, да обоим накажи*»). Журналист обращается к широко известным произведениям, чтобы усилить выразительность заголовка, лишней раз подчеркивая незаконность действий, описанных в статье. (№215 (30903) от 16 ноября 2021 г.)

«*В ожидании худо. Как решится судьба мигрантов на границе Польши и Белоруссии*». Эта аллюзия переносит наши мысли к выражению «В ожидании чуда» (а также к одноименному российскому фильму). В публикации говорится о поселении беженцев на польско-белорусской границе. Данный заголовок имеет двоякое значение: с одной стороны, он явно указывает на тяжелое положение мигрантов, которым приходится ждать решения властей, с другой стороны – использование аллюзии добавляет оттенок надежды, показывая, что пребывающие в лагере не теряют веры и рассчитывают на лучший исход событий. (№214 (30902) от 15 ноября 2021 г.)

«*Болгария любит троицу. Кто победил на третьих за год выборах в парламент*». Здесь нетрудно обнаружить отсылку к поговорке «бог любит троицу». В тексте идет речь об уже третьих за этот год болгарских выборах в парламент, так как в ходе предыдущих двух не удалось создать устойчивый

кабинет правления. Поэтому с помощью аллюзии автор подчеркивает важность того, чтобы эти выборы стали удачными для государства и общества. (№214 (30902) от 15 ноября 2021 г.)

«Один на всех. Для “Искандеров и С-500 создали универсальный доставщик боеприпасов”». В этом примере автор использует аллюзию на известную цитату из романа Александра Дюма-отца «Три мушкетера»: *«Один за всех и все за одного!»*. (№214 (30902) от 15 ноября 2021 г.)

Название статьи *«Ты мне – я себе. Бизнесу готовят штрафы за любопытство к данным клиентов»* состоит из трансформированной поговорки *«ты мне – я тебе»*. В публикации обсуждается решение проблемы о безопасности персональных данных потребителей при совершении покупки какого-либо товара или принятия услуги. Если смысл исходного выражения заключается во взаимном оказании услуг при решении тех или иных вопросов, то заголовок нового текста имеет противоположное значение. (№213 (30901) от 12 ноября 2021 г.)

Заголовок *«Искра кальмара»* строится на аллюзии, которая содержит в себе ссылку на название южнокорейского сериала «Игра в кальмара», ставшего популярным осенью 2021 года. Данный «продукт» является ярчайшим примером массовой культуры, однако мода на него долго не продлилась. При создании аллюзии выбор автора пал именно на этот источник, потому что в статье рассказывается о мошеннической финансовой пирамиде – криптоигре «Squid Game» по мотивам названного сериала. (№213 (30901) от 12 ноября 2021 г.)

«Тайное становится слитым. Мошенники завладели данными о тратах граждан». В данном примере читатель может распознать аллюзию на половицу «все тайное становится явным». Благодаря изменению нескольких элементов текста-первоисточника заголовок приобретает особую эмоциональную окраску, становится «ближе к народу». С помощью такого стилистического приема публицист обращает особое внимание читателя на проблему утечки данных клиентов различных банков. (№213 (30901) от 12 ноября 2021 г.)

«Позади – Минск. Как живут беженцы на границе Белоруссии и Польши». Этот заголовок содержит аллюзию на известную фразу советского военнослужащего В. Г. Клочкова *«Велика Россия, а отступить некуда – позади Москва»*, сказанную им во время ожесточенных боев за столицу в 1941 г. Мигранты буквально живут на границе в палатках, но «отступить» обратно в Белоруссию, не попав на территорию Евросоюза, они не собираются. Таким образом, с помощью аллюзии автор статьи сравнивает положение беженцев и советской армии в тяжелых битвах. (№212 (30900) от 11 ноября 2021 г.)

В названии *«Ни то, ни вето. Сможет ли Украина помешать запуску СП-2»* присутствует отсылка к фразеологизму «ни то ни се». Из-за преобразования исходная фраза приобрела новый смысл, который относится к теме

статьи. Так как Украина выступает против запуска газопровода «Северный поток – 2», автор с оттенком иронии высказывается, что Украины не обладает правом запретить его. Именно для этого применяется аллюзия в заголовке. (№212 (30900) от 11 ноября 2021 г.)

«Привить железной рукой. Может ли вакцинация стать обязательной». В этом примере публицист ссылается на выражение «править железной рукой», которое означает править строго, жестоко, деспотично. Возможно, он сравнивает решение об обязательной вакцинации от COVID-19 в Санкт-Петербурге для пожилых людей с актом строгого проявления власти. Именно благодаря аллюзии в этом случае статье придается эмоциональная окраска и авторская оценка. (№212 (30900) от 11 ноября 2021 г.)

Такой аллюзивный заголовок, как *«Что по сети, то и пожнешь. В стране участились аварии на энергообъектах»*, опирается на поговорку «Что посеешь, то и пожнешь». В тексте говорится об увеличении количества поломок «на объектах электроэнергетики». Можно отметить, что этот стилистический прием помогает автору выразить собственное мнение в отношении технического обеспечения страны, недостаточное качество которого негативно сказывается на жизни общества. (№212 (30900) от 11 ноября 2021 г.)

«Яблочный атлас. Apple начала принимать к оплате карты “Мир”». Этот заголовок состоит из трансформированного названия романа Дэвида Митчелла «Облачный атлас», рассказывающего о человечестве и прогрессе. В статье описывается нововведенная возможность для россиян оплачивать картой «Мир» покупки внутри экосистемы Apple, что является примером прогрессивного развития технологий и общества в целом. Возможно, с помощью такой аллюзии автор сравнивает события из книги с обсуждаемым фактом. (№211 (30899) от 10 ноября 2021 г.)

В заголовке *«Кушать продано. Школам предложили компенсировать рост цен на продукты»* можно найти отсылку к известной фразе *«Кушать подано!»* из советской комедии «Джентльмены удачи». (№211 (30899) от 10 ноября 2021 г.)

«Неровно дышат. У кого больше шансов выжить на ИВЛ с COVID-19». Это название строится на измененном фразеологизме «неровно дышать». С помощью данной аллюзии автор стремится привлечь внимание читателя на проблему заболеваемости населения. (№210 (30898) от 9 ноября 2021 г.)

Таким образом, аллюзия в «Известиях» легко распознается. Авторы отсылают читателей к известным афоризмам, поговоркам и фильмам массовой культуры, поэтому практически каждому будет понятен смысл того или иного заголовка. Это является важным фактором, так как аудитория газеты очень широкая, и публицистам необходимо повлиять на людей в эмоциональном и информационном плане.

По нашим подсчетам, примерно 23 процента из всех заголовков содержат в себе аллюзию на различные тексты. В одном номере общее число статей

составляет около 20, из которых 3-7 названы с применением скрытой отсылки к произведениям русской классики, известным фильмам, пословицам и фразеологизмам.

Газета «Спорт-Экспресс»

После изучения 10 номеров газеты «Спорт-Экспресс», был обнаружен всего один аллюзивный заголовок: «*Великолепная семерка: комиссия спортсменов ОКР постепенно обновляется*» (от 23 ноября 2021 (№ 8572)). В нем нетрудно обнаружить аллюзию на строчку из песни «Трус не играет в хоккей» – «великолепная пятерка и вратарь». Использование отсылки именно на этот источник объясняется тем, что спортивная тематика газеты есть также в песне.

В «Спорт-Экспрессе» названия статей в основном строятся на цитатах личностей, так или иначе причастных к большому спорту. Например: «Валерий Карпин: “Не уверен, смогу ли психологически подготовить сборную к стыкам”» (В. Каприн – главный тренер сборной России по футболу).

Редкое употребление аллюзии может быть связано с тем, что на газетной полосе преобладают статьи в формате интервью. В таком случае автору важнее передать информацию «из первых уст», чем создавать у читателя ассоциации с каким-то прецедентным фактом. Кроме того, из-за узкой направленности газеты создатель статьи в некоторой степени ограничен в выборе первоначальных текстов для составления аллюзии.

Проанализировав заголовки в двух газетах разной тематики, можно сделать вывод о том, что аллюзия чаще встречается на газетной полосе общественно-политических изданий, чем спортивных. Это связано с тем, что первые имеют более широкий круг обсуждаемых тем, чем вторые. Общественно-политические газеты охватывают практически весь спектр социальных явлений, в то время как спортивные издания освещают события из одной сферы.

Аллюзивные заголовки «Известий» содержат в основном литературную аллюзию. Журналисты газеты «Спорт-Экспресс» редко выбирают аллюзию в качестве основы для названий своих материалов, отдавая предпочтение цитированию известных в спортивной сфере личностей.

Журналисты используют такой прием, чтобы привлечь внимание читателей к поднятым в их статьях проблемам, выразить свою позицию по отношению к описываемым событиям и оказать эмоциональное влияние на аудиторию. С помощью аллюзии возникают культурные и исторические связи между газетными и исходными текстами. Благодаря появлению «вертикального контекста» статьи обогащаются в культурном плане и приобретают особую выразительность. Аллюзия помогает автору придать новый смысл своему высказыванию, так как он сопоставляет описываемое событие с источником, привнося из него дополнительное значение. Кроме того, она нередко выступает инструментом создания комического эффекта.

Использование аллюзии делает фразу яркой и экспрессивной. Заголовки, созданные при помощи этого приема, отличаются выразительностью и осложненной семантикой, приобретая дополнительные оттенки смысла. Степень экспрессивности напрямую зависит от находчивости и изобретательности автора.

Таким образом, аллюзия на газетной полосе является важным средством создания заголовков, наполненных эмоциональными и оценочными оттенками.

Библиографический список

1. Виноградов, С.И. Культура русской речи / С.И. Виноградов. М.: Инфра, 1999. 487 с.
2. Газета «Известия»: [Электронный ресурс] // Известия – новости политики, экономики, спорта, культуры. – Режим доступа: <https://iz.ru/newspaper>. – Дата доступа: 23.11.2021.
3. Ежедневная спортивная газета «Спорт-Экспресс» (интернет-версия): [Электронный ресурс] // Спорт-Экспресс – новости спорта, футбол, хоккей, биатлон. – Режим доступа: <https://www.sport-express.ru/newspaper/>. – Дата доступа: 23.11.2021.