МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)**

**Факультет филологический**

**Кафедра современного русского языка**

Допустить к защите

Зав. кафедрой, д-р филол. наук, проф.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Л. А. Исаева

(подпись)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2019 г.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

**(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

**ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ АЛЛЮЗИЙ**

**В СОВРЕМЕННЫХ СМИ**

Работу выполнил(а) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А.В. Кошелева

(подпись)

Факультет филологический

Направление 45.03.01 Филология (Прикладная филология)

Научный руководитель
 д-р филол. наук, проф. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Л.А. Исаева

(подпись, дата)

Нормоконтролер
канд. филол. наук, доц. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.А. Крыжановская

(подпись, дата)

Краснодар

2019

**СОДЕРЖАНИЕ**

[Введение 3](#_Toc11244248)

[1 Общая характеристика современных СМИ 8](#_Toc11244249)

[1.1 Язык СМИ 12](#_Toc11244250)

[Выводы по разделу 1 14](#_Toc11244251)

[2 Терминологические, типологические и функциональные особенности аллюзий 16](#_Toc11244252)

[2.1 Актуализация интертекстуальных связей в современных СМИ 16](#_Toc11244253)

[2.2 Понятие аллюзии 18](#_Toc11244254)

[2.3 Классификации аллюзий 23](#_Toc11244255)

[2.4 Функции аллюзий 31](#_Toc11244256)

[Выводы по разделу 2 36](#_Toc11244257)

[3 Прагматическое использование аллюзий в современных СМИ 38](#_Toc11244258)

[Выводы по разделу 3 51](#_Toc11244259)

[Заключение 53](#_Toc11244260)

[Список использованных источников 55](#_Toc11244261)

# **ВВЕДЕНИЕ**

Современная лингвистика в своих научных исследованиях ориентируется на актуальные для нынешнего времени области изучения различных способов функционирования языка. Одной из таких областей становятся СМИ и их роль в жизни отдельного человека и крупных социальных групп. Нельзя отрицать тот факт, что СМИ как один из основных каналов получения и распространения информации приобретают все большее значение в современном обществе, изучение которого становится актуальной тенденцией современной лингвистической науки. Тексты средств массовой информации выступают связующим звеном между человеком - адресатом, для которого они создаются, и языком, объектом лингвистики. Публицистические тексты, адресат этих текстов, язык на котором они написаны представляют собой взаимосвязанные и взаимодействующие элементы. Язык текстов СМИ за счет тесной связи с разговорной речью способен отражать происходящие в ней изменения, что делает его актуальным объектом изучения. При этом изучение всего массива публицистических текстов требует многоаспектного его рассмотрения, что заставляет исследователей сосредоточится на более конкретной области. В нашем исследовании такой в качестве такой области выступают аллюзии в современных СМИ. Актуальные для изучения за счет непосредственной связи с человеком, выражающие тенденции нового времени тексты СМИ в нашей работе относятся к выражению современности, в то время как используемые в них аллюзии содержат в себе соотнесенность с общекультурным фондом человеческого общества, демонстрируя вневременную связь всех созданных в текстовой форме культурных объектов.

Актуальность данной выпускной квалификационной работы обусловлена актуальностью входящих в нее компонентов исследования:

1. СМИ и тексты печатных СМИ в частности приобретают все большее значение в современном мире за счет своей востребованности и распространённости среди многочисленных социальных групп и становятся одном из основных каналов передачи актуальной политической, социальной, культурной информации

2. Язык СМИ, имеющий непосредственную связь с человеком, становится отражением современного состояния языка, его функционирования и трансформации

3. Исследования текстов СМИ позволяют охарактеризовать данное актуальное научное направление с лингвистической точки зрения

4. Аллюзия как один из часто использующихся в текстах СМИ стилистических приемов выступает с одной стороны, как связующее звено между современностью – СМИ – и значимыми вне зависимости от времени культурными текстами, реалиями, историческими личностями, выражая преемственность публицистических текстов по отношению к национальной и мировой культуре и литературе, а с другой представляет собой единицу, содержащую в себе объемный пласт имплицитной информации, создающий двуплановость текста, выступающую важным элементом лингвистического анализа

5. Рассмотрение аллюзивных единиц в текстах средств массовой информации позволяет проанализировать прагматические функции данного приема в контексте воздействия автора текста на адресата, а также оценить публицистические тексты на предмет значимости использования в них средств выразительности и стилистических приемов.

Объектом данного исследования является стилистический прием аллюзии.

В качестве предмета исследования выступает прагматическое использование и функционирование аллюзий в современных СМИ.

Целью данной работы является комплексный анализ приема аллюзии и изучение его роли, особенностей и функций в текстах современных СМИ. Достижение цели научного исследования предполагает решение следующих задач:

1. Изучение теоретического научного материала по темам «аллюзия» и «СМИ».

2. Определение дефиниции «СМИ».

3. Составление общей характеристики современного состояния СМИ – выделение типологии и главных функций.

4. Рассмотрение понятия языка СМИ как связующего элемента между лингвистикой и средствами массовой информации.

5. Выделение основных тенденций развития языка СМИ.

6. Рассмотрение понятия аллюзии как языкового способа реализации категории интертекстуальности, характерной для современных СМИ

7. Анализ различных научных определений понятия «аллюзия» и выделение в них сходных черт.

8. Изучение типологий аллюзий, представленных в научной литературе.

9. Выделение функций, выполняемых аллюзивными единицами в текстах СМИ.

10. Анализ конкретных примеров использования аллюзий в контексте их употребления в публицистических текстах, обозначение их функций и роли в тексте в целом.

Теоретическую базу данного научного исследования составляют общетеоретические и специальные научные труды известных отечественных и зарубежных ученых-лингвистов в области: 1) полного лингвистического анализа текста – И. Р. Гальперин; 2) медиалингвистики – Т. Г. Добросклонская 3) лингвокультурологии – В. А. Маслова, Л. К. Граудина, ; 4) интертекстуальности – О. В. Фокина, И. П. Смирнов, Н. А. Фатеева, Н. Пьеге-Гро; 5) стилистики текста – К. Р. Новожилова, Н. Н. Романова; 6) изучения понятия «аллюзия» – И. С. Христенко, А. Б. Цыренова, Н. Ю. Новохачева, А. Г. Мамаева, Е. М. Дронова, М. Д. Тухарели, Н. Д. Белоножко, Е. А. Павленко. Также помимо собственно лингвистической научной литературы в теоретическую базу данной работы входят исследования, посвященные понятию «СМИ» – Н. И. Соколова, С. Г. Корконосенко, Я. Н. Засурский, Д. А. Жукова, С. Г. Козлов.

Материалом для исследования послужил архив статей из центральных газет, на примере которых рассматривалось использование аллюзий в публицистических текстах: «Аргументы и факты», «Комсомольская правда», «Известия», «Московский комсомолец», «Коммерсант».

При проведении исследований в данной работе были использованы следующие научные методы:

1. Общенаучные:

- метод анализа, с помощью которого были изучены конкретные научные понятия, такие как «СМИ», «язык СМИ», «интертекстуальность», «аллюзия», а также выделены основные характерные черты данных понятий

- метод синтеза, позволивший определить основные свойства аллюзий на основе различных научных дефиниций

- метод классификации, использование которого позволило включить в работу различные типологии исследуемых понятий

2. Частные лингвистические:

- традиционный описательный метод, позволяющий наблюдать за функционированием изучаемых единиц, анализировать их значение и функции

- дескриптивный метод, состоящий в описании и анализе языковых единиц в контексте их функционирования в социуме, применялся для выделения функции воздействия приема аллюзии на адресата

- метод контекстуального анализа, необходимый для анализа использования аллюзивных единиц в контексте публицистического текста

Научная новизна работы заключается разноуровневом рассмотрении компонентов исследования, выделении отдельных взаимосвязанных элементов системы, их подробном описании, а также в комплексном подходе к изучению понятия «аллюзия» с общелингвистической, семантической, лингвокультурной, стилистической точки зрения и его функционирования в текстах современных СМИ.

Теоретическая значимость данного научного исследования выражается в следующих положениях:

1. Научная работа вносит вклад в исследование приема аллюзии и его использования в текстах СМИ

2. Выделяется связь между публицистическими текстами и общекультурными объектами посредством аллюзии

3. Изучаемые единицы анализируются в контексте текстов, в которых они использованы, для обозначения разнообразных функций аллюзивных единиц и их воздействия на адресата.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования материалов исследования при написании публицистических текстов, содержащих аллюзии.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух теоретических разделов, описывающих изучаемые явления, практического раздела, посвященного практическому анализу фактического материала, а также заключения и списка использованных источников.

# **1 Общая характеристика современных СМИ**

В современном мире отмечается тенденция к усилению и укреплению роли СМИ. В связи с актуальностью данного понятия, работы по его изучению в совокупности с другими аспектами научного знания проводились многими учеными. Согласно новому словарю методических терминов и понятий, средства массовой информации (СМИ) – это каналы оперативного распространения информации (печать, радио, телевидение, кино) среди широких масс населения [39, с. 291]. В научных работах подход к определению термина СМИ неоднозначен. Такие исследователи как Ю. Воскресенский [8] и Р. В. Анхимова [2, с. 465] для установления дефиниции СМИ разделяют данное понятие на составные части: информация и массовость. Использовав данный подход, рассмотрим основные компоненты СМИ.

Упрощенное словарное определение указывает на информацию, как обязательный аспект СМИ. Толковый словарь Ушакова предлагает следующее определение информации: сообщение, осведомляющее о положении дел или о чьей-нибудь деятельности, сведения о чем-нибудь [33, с. 196]. Более близкий нашему направлению исследования словарь лингвистических терминов Ахмановой обозначает информацию как сведения, содержащиеся в данном речевом сообщении и рассматриваемые как объект передачи, хранения и переработки [4, с. 184]. В общем значении и в направлении лингвистической науки информация представляет собой некие сведения, факты об окружающем мире, которые подвергаются обработке и передаче.

Понятие «массовый» в современном толковом словаре русского языка Ефремовой характеризуется с разных сторон. Массовый – 1) связанный с существительным массовый; 2) характерный для большой части народа; 3) охватывающий большое число кого-либо или чего-либо, проявляющийся в больших масштабах; 4) производимый в большом количестве [14].

Итак, рассмотрев понятия информации и массовости, мы можем охарактеризовать СМИ как каналы и способы передачи различного рода фактов и сведений на массовом уровне, т.е. для широких общественных категорий. Причем дефиниция «средство» в составе термина СМИ становится связующей между информацией и массовостью, компонентами, которые отражают объект и субъект, с которыми функционирует данное понятие.

По мнению Н. И. Соколовой, СМИ подразделяются на визуальные (периодическая печать), аудиальные (радио), аудиовизуальные (телевидение, документальное кино). Несмотря на все различия между ними, СМИ объединяются в единую систему массовой коммуникации благодаря общности функций и особой структуре коммуникативного процесса [30, с. 1]. Данная типология СМИ в качестве дифференцирующего признака основывается на канале передачи информации. При этом существует различные параметры типологизации СМИ, отражающие специфику данного понятия. Рассмотрим классы печатных (визуальных) СМИ.

СМИ классифицируются по каналу распространения. С точки зрения этого признака выделяются печатные издания, которые распространяются на территории всей страны и те, которые выходят в тираж в конкретном городе, области и т.д. Информационная наполненность таких различных средств массовой информации может существенно отличаться, к новостям страны добавляться региональные, актуальные для жителей конкретного населенного пункта.

С точки зрения учредителя печатного издания СМИ могут быть государственными и негосударственными. По замечанию С. Г. Корноносенко, средства информации, учрежденные негосударственными и непартийными органами, имеют возможность проводить независимую линию в идеологии и политике. Несколько парадоксальной, но яркой иллюстрацией тому служит газета, которую единолично учредил некий липецкий фермер — для общения в среде подобных ему людей [19, с. 79].

При делении СМИ по аудиторной характеристике учитываются возрастной, гендерный, профессиональный, конфессиональный признаки. Специализированная периодика рассчитана на аудиторию с более или менее четкими контурами, что придает ей устойчивость на рынке, хотя в большинстве случаев и не сулит грандиозного всеобщего спроса. Роль таких координат играют прежде всего социально-демографические характеристики (пол, возраст, образование, уровень доходов, профессия, вероисповедание и др.). [19, с. 80].

Разделение прессы на качественную и массовую, привычное для западных ученых, только приживается в отечественной системе классификации. База для разграничения прессы мнений (качественной, элитарной) и прессы новостей (массовой, популярной) существует в самой практике редакций. В известном смысле это результирующие характеристики, поскольку они вбирают в себя особенности проблематики, аудитории, тиражирования, стиля, оформления изданий [19, с. 83].

Я. Н. Засурский считает, что типология помогает понять место изданий в системе СМИ, способствует их взаимодействию, развитию здоровой, нормальной конкуренции, высвечивает место СМИ в рамках географического, информационного, экономического, социального пространства, будь то пределы России, региона или города. Типология определяет особенности деятельности, взаимоотношений с политическими структурами, экономическими институтами, с потребителями информации, читателями, слушателями, зрителями. [17].

Так же по мнению исследователя, средства массовой информации как сложно организованный объект должны отвечать требованиям системного подхода:

1. Сохранять целостный характер, несмотря на существование разнообразных, отличающихся друг от друга СМИ, формируя единое информационное пространство для всех членов общества, постоянное информационное взаимодействие в общественной системе;

2. Располагать совокупностью компонентов, каждый из которых активно взаимодействует со своей средой и друг с другом на основе присущих СМИ закономерностей;

3. Иметь необходимый набор функций и так их реализовывать, чтобы удовлетворить информационные потребности личности, различных групп населения, общества в целом;

4. Структура как способ связи компонентов должна располагать такой совокупностью различных газет, журналов, программ телерадио, которые могут способствовать выполнению этих функций;

5. СМИ должны быть организованной системой, действующей в соответствии с развитием условий жизни общества, иметь для этого необходимые организационные отношения между участниками массовой информационной деятельности (отношения координации, дисциплины, ответственности и др.). Для осуществления организационных процессов необходимы соответствующие административно-управленческие структуры в составе редакций, издательств и др. [17].

Взаимодействие СМИ с широкой аудиторией неизбежно приводит к наличию фактора социальности у данных структур. Распространение информации среди массового читателя, взаимодействие с аудиторией не единственные функции, выполняемые СМИ. В своей работе Д. А. Жукова выделяет несколько функцией средств массовой информации. Среди них:

- информационная, назначение которой заключается в предоставлении массовому читателю, слушателю и зрителю актуальной информации о самых различных сферах деятельности людей – деловой, научно-технической, политической, юридической, медицинской и т.п. При этом содержание информации во многом определяется запросом аудитории. Получая большой объем информации, люди не только расширяют свои познавательные возможности, но и увеличивают свой творческий потенциал. Знание информации дает возможность прогнозировать свои действия, экономит время. В этом смысле данная функция способствует оптимизации полезной деятельности общества и индивида. Особенно важна эта функция в сфере культуры, где ежедневно создаются новые произведения и появляются новые имена [16].

- регулирующая функция имеет широкий диапазон воздействия на массовую аудиторию, начиная с установления контактов, кончая контролем над обществом. В этой функции массовая коммуникация влияет на формирование общественного сознания группы и личности, на формирование общественного мнения и создание социальных стереотипов. Здесь же кроются возможности манипулировать и управлять общественным сознанием, фактически осуществлять функцию социального контроля [16].

- культурологическая функция выполняет не только свою основную, познавательную задачу — ознакомление с достижениями культуры и искусства, она способствует осознанию обществом необходимости преемственности культуры, сохранения культурных традиций. При помощи СМИ люди знакомятся с особенностями различных культур и субкультур [16].

Наличие в научной литературе большого количества информации, посвященного рассмотрению СМИ с различных сторон таких как, формировании типологии, выделение функциональных особенностей подтверждает развитие данных, распространяющих информацию структур и потенциал развития для дальнейшего изучения.

## **1.1 Язык СМИ**

Для лингвистической науки становится актуальным направление изучения СМИ с точки зрения языка данных структур. Язык как динамическая система всегда связан с человеческим обществом, на разных этапах своего развития он открыто выражает происходящие в нем изменения. Как было нами установлено ранее, СМИ по своей структуре контактируют с большим, массовым количеством людей, следовательно, язык периодических изданий способен продемонстрировать происходящие в системе языка изменения, выразить основные тенденции и направления будущего развития. Средства массовой информации не только выражают различные аспекты современного функционирования языка и речи, но и подстраиваются под них, стремясь повысить свою популярность среди читателей за счет доступных и содержательных текстов. Такое отражение в языке СМИ общих для языка путей изменения свидетельствует об актуальности его научного исследования.

Анализ языковой стороны современных СМИ предполагает анализ общих тенденций, в направлении которых развиваются тексты периодической печати, а также более узкоспециализированные области. Так как основным объектом исследования остается язык, хотя он и предстает в новой среде – в виде новостных, рекламных текстов – направления научных исследований могут разделяться в соответствии с классической лингвистической наукой. Так анализу могут быть подвергнуты синтаксические, лексические, морфологические, стилистические особенности языка СМИ. Помимо этого, возможны исследования в области когнитивной лингвистики, психолингвистики, которые являются актуальными современными направлениями. Кроме указанных лингвистических областей исследования, язык СМИ может изучаться в зависимости от типологии средств массовой информации, в частности газетных и печатных текстов.

Согласно Т. Г. Добросклонской, выделяются три наиболее распространенных значения понятия «язык СМИ». Во-первых, это весь корпус текстов, производимых и распространяемых средствами массовой информации; во-вторых – это устойчивая внутриязыковая система, характеризующаяся определённым набором лингвостилистических свойств и признаков; и, наконец, в-третьих, - это особая знаковая система смешенного типа с определённым соотношением вербальных и аудиовизуальных компонентов, специфическим для каждого из средств массовой информации: печати, радио, телевидения, Интернета [12, с. 18-19].

Теоретическую основу концепции языка СМИ составляет системное изучение устойчивого круга вопросов, относящихся к использованию языка в сфере массовой коммуникации, как-то: - какое влияние оказывает массовая коммуникация на соотношение устной и письменной форм речи, - как массовый характер сообщения сказывается на движении языковой нормы, - что представляет собой язык массовой информации с точки зрения функционально-стилистической дифференциации, - каковы критерии типологической классификации медиатекстов, - какова специфика языков конкретных СМИ – газет, журнальной прессы, радио, телевидения, Интернета, а также языков так называемых медиаобусловленных систем – рекламы и связей с общественностью [12, с. 20].

К концу ХХ века концепция языка СМИ вполне сформировалась, а сам термин прочно вошёл в научно-лингвистический обиход. Сегодня язык СМИ все более понимается не только как весь корпус текстов, функционирующих в сфере массовой коммуникации, но как устойчивая внутриязыковая система, характеризующаяся вполне определенным набором лингвостилистических свойств и признаков. При этом одной из важнейших характеристик данной системы является соотношение вербальных и аудиовизуальных компонентов, специфическое для каждого средства массовой информации, будь то печать, радио, телевидение или Интернет [12, с. 25].

##

## **Выводы по разделу 1**

В данном разделе выпускной квалификационной работы нами была проведена общая характеристика современных СМИ. На основе рассмотрения дефиниций отдельных компонентов, входящих в состав понятия «Средства массовой информации» было приведено обобщенное определение рассматриваемого термина.

Также на основании научных и теоретических работ ученных были приведены различные классификации СМИ, в основу которых были положены различные конститутивные признаки такие как: канал передачи информации, канал распространения, учредитель издания СМИ, аудиторные характеристики, качество передаваемой информации.

Помимо классификаций СМИ рассмотрены их функциональные особенности и названы основные функции, среди которых: информационная, регулирующая, культурологическая.

В качестве актуального и смежного для современной лингвистической науки и СМИ понятия проанализирован термин «Язык СМИ», выделены наиболее распространенные значения данного понятия, изучена теоретическая основания концепция языка СМИ.

# **2 Терминологические, типологические и функциональные особенности аллюзий**

## **2.1 Актуализация интертекстуальных связей в современных СМИ**

В наше время в исследованиях различных наук все чаще можно отметить тенденцию к антропоцентричности. Современная лингвистика не становится исключением. Такое направление не случайно. С развитием научного знания многие ученые все чаще обращаются к исследованиям в различных сферах в неразрывном единстве с исследованием человека. Язык как объект лингвистики также напрямую связан с человеком и не может изучаться в отрыве от него. По мнению В. А. Масловой идею антропоцентричностии языка в настоящее время можно считать общепризнанной: для многих языковых построений представление о человеке выступает в качестве естественной точки отсчета. Данная научная парадигма, сложившаяся на рубеже тысячелетий, поставила новые задачи в исследовании языка, требует новых методик его описания, новых подходов при анализе его единиц, категорий, правил [23, с. 8]. Антропоцентричная парадигма в сфере лингвистики, по определению ученой, представляет собой переключение интересов исследователя с объектов познания на субъекта, т.е. анализируется человек в языке и язык в человеке [23, с. 8]. В наши дни сравнительно-исторического и системно-структурного исследования языка становится недостаточно. Рассматривать язык лишь как систему знаков, функционирующую внутри себя по определенным законам, опуская при этом взаимосвязь и взаимовлияние языка и человека – значит лишать такое многомерное и многогранное явление как язык важнейших сторон и аспектов изучения. Человек использует язык, меняет его, формирует, строит на его основе свою культуру, потому реалии жизни современных людей напрямую связаны с лингвистикой и объектами ее изучения.

Лингвисты в своих исследованиях, напрямую связанных с современным социумом, не могут исключить из круга научных интересов такое явление как СМИ. Различные каналы СМИ являются основным средством передачи информации и имеют большое значение для людей. Можно говорить о высоком уровне распространения печатных, электронных, радио- и телевизионных каналах вещания средств массовой коммуникации. Новостные и информационные статьи в газетах и журналах, в сети Интернет, выпуски радио- и телепередач стали неотъемлемой частью жизни современного человека. По мнению С. Г. Козлова, рыночная среда и соответствующие ей отношения жесткой конкуренции выводят на лидирующие позиции такие СМИ и материалы таких журналистов, которые могут:

- привлечь внимание наибольшего количества людей;

- обеспечить высокий рейтинг издания, в свою очередь ведущий к коммерческому успеху, стабильности доходов от публикации [18, с. 141].

Популярность СМИ, их широкое распространение, а также большое количество различных издательств заставляют бороться за внимание читателей. Привлечение широкой аудитории с помощью продуманного и проработанного текста, способного вызвать интерес – цель современных массмедиа.

В связи с выдвинутым выше утверждением встает вопрос о том, какие именно способы используются журналистами для того, чтобы с помощью текста расширить читательскую аудиторию. О. В. Фокина называет одной ведущих из тенденций развития современных СМИ актуализацию интертекстуальных связей [35, с. 699]. Для дальнейшего исследования необходимо дать определение понятию «интертекстуальность», а также понятию «аллюзия» как языковому способу реализации категории интертекстуальности.

Термин «интертекстуальность» был введен в 1967 году Ю. Кристевой [21], известным французским постструктуралистом. При этом нельзя не отметить, что само возникновение теории интертекстуальности связано с именем М. М. Бахтина, т.к. концепция определение термина создано Ю. Кристевой на основе осмысления его трудов. Дальнейшие определения понятия «интертекстуальность» можно отметить в исследованиях И. П. Смирнова, который определяет интертекстуальность как способность текста полностью или частично формировать свой смысл посредством ссылки на другие тексты [29, с. 12], а также И. В. Арнольд, определяющей рассматриваемое понятие как включение в текст целых других текстов с иным субъектом речи либо их фрагментов в виде цитат, реминисценций и аллюзий [3, с. 71-72].

Определение И. В. Арнольд демонстрирует связь между понятиями «интертекстуальность» и «аллюзия», а также подводит к необходимости определения понятия «аллюзия» и его дальнейшего рассмотрения.

## **2.2 Понятие аллюзии**

Появление термина «аллюзия» относится еще к XVI веку. Несмотря на давнее появление, определение получает широкое употребление и становится объектом научного изучения в XX веке.

Термин «аллюзия» был рассмотрен многими учеными. Н. Н. Романова определяет аллюзию как стилистическую фигура, содержащую явное указание или отчётливый намёк на некий литературный, исторический, мифологический или политический факт, закреплённый в текстовой культуре или в разговорной речи. Такие элементы называются маркерами, или репрезентантами аллюзии, а тексты и факты действительности, к которым осуществляется отсылка, называются денотатами аллюзии [28, с. 34].

В исследованиях Н. Н. Фатеевой аллюзия предстает как заимствование определенных элементов претекста, по которым происходит их узнавание в тексте-реципиенте, где и осуществляется их предикация [34, с. 128].

В словаре С. П. Белокуровой, аллюзия определяется как «сознательный авторский намёк на общеизвестный литературный или исторический факт, а также известное художественное произведение». При этом подчёркивается, что аллюзия «всегда шире конкретной фразы, цитаты, того узкого контекста, в который она заключена, и, как правило, заставляет соотнести цитирующее и цитируемое произведение в целом, обнаружить их общую направленность (или полисемичность)» [5].

Словарь лингвистических терминов Т. В. Жеребило дает следующее определение аллюзии: «Аллюзия – это стилистическая фигура, выражение, намек посредством сходно звучащего слова или упоминания общеизвестного факта» [15, с. 28].

По мнению О. В. Павловской, аллюзия представляет собой приём текстообразования, заключающийся в соотнесении создаваемого текста с каким-либо прецедентным фактом - литературным или историческим. Также аллюзия занимает особое место среди средств выразительности газетного языка и не является тропом или фигурой, т.к. трансформирует текст, на основе которого создается с помощью ряда существующих тропов и фигур речи в целом [10, с. 160-161].

Согласно И. Р. Гальперину, аллюзия является косвенным указанием на какой-либо исторический, географический, литературный, мифологический или библейский факт. По его мнению, употребление аллюзии предполагает знакомство читателя с этим фактом. Аллюзивный источник обычно не дается, потому что автор предполагает, что его читатель обладает такими же знаниями и опытом, как и он сам [9].

К. Новожилова определяет аллюзию как риторическую фигуру, которая отсылает к предметной ситуации других текстов и содержит в себе намёк на литературный или общекультурный факт, который, как и согласно определению Гальперина, входит в тезаурус и автора, и читателя [24, с. 84].

Несмотря на наличие большого числа различных определений термина «аллюзия» среди них можно выделить общие черты данного понятия.

Во-первых, аллюзия всегда предстает в тексте как элемент, содержащий в себе имплицитную информацию. В приведенных нами определениях, ученные для выражения данной характерной черты аллюзии используют понятия «намек», «отсылка», «косвенное указание». Аллюзия содержит в себе указание на какой-либо факт, но при этом автор не использует конкретное и открытое указание, а помогает читателю самому определить скрытую с помощью аллюзии информацию. В исследованиях И. В. Гюббент аллюзия рассматривается как одна из главных категорий вертикального контекста, т.е. объективно существующей вне произведения информации историко-филологического, социокультурного и материально-исторического характера, которая актуализируется в произведении и без знания которой невозможно его полноценное понимание. Такое понимание возможно, если фоновые знания адресата включают в себя данную информацию [1, с. 23]. Также аллюзия предстает средством анализа литературного произведения, выявления уровня фонового знания, а именно историко-филологического фонового знания [11].

Во-вторых, рассмотрение научных определений термина свидетельствует о том, что для использования приема аллюзии необходимы как минимум два текста. Первым становится рассматриваемый текст, в котором и обнаруживается описываемый прием. Второй же представляет собой тот прецедентный феномен, на который хочет указать автор. Таким образом мы можем говорить о явлении интертекстуальности, проникновении одного текста в другой, рассмотренном ранее. Аллюзии позволяют текстам взаимодействовать между собой, а также дает возможность автором создавать свои тексты на основе ранее созданных. По мнению О. В. Фокиной, отличие текстов публицистического функционального стиля, текстов СМИ от текстов других стилей состоит в разнообразии способов включения «чужого слова» в медиатекст [35, с. 699]. А. Б. Цыренова указывает на то, что аллюзивное слово выступает в качестве знака ситуационной модели, с которой посредством ассоциаций соотносится текст, содержащий аллюзию [36, с. 42-43]. Тем самым происходит взаимодействие между литературно-художественными произведениями, которое называют аллюзивным процессом. Аллюзия предстает как заимствование некоего элемента из инородного текста, служащее отсылкой к тексту-источнику, являющееся знаком ситуации, функционирующее как средство для отождествления определенных фиксированных характеристик [37, с. 156].

В-третьих, аллюзия всегда является указанием на что-либо, и объекты этого указания самые разнообразные. Это может быть какой-либо факт, причем исследователи выделяют различные факты – литературные, художественные, исторические, географические, мифологические, библейские. При этом, по мнению некоторых ученых, объектами, на которые указывает аллюзия могут выступать не только различного рода факты, но и высказывания, известные личности, предметы, ситуации. Несмотря на разнообразие понятий, становящихся объектами, на которые ссылаются аллюзии, объединяющим фактором для них становится культурная значимость для конкретной страны, народа, нации или же общемировая известность.

В то же время рассмотренные определения аллюзии обладают некоторыми различиями. Они заключаются в том, что в современной лингвистике существует два подхода к определению термина «аллюзия». При использовании первого подхода аллюзия в научном изучении рассматривается как интертекстуальное явление, а при втором используется как стилистический прием.

Если считать аллюзию одним из видов интертекстуальности, тогда придется признать, что ее специфика заключается в косвенной отсылке к литературным текстам, которая особым образом заставляет работать память читателя. Действительно, литературная аллюзия предполагает, что читатель в состоянии распознать за иносказаниями ту мысль, которую автор хотел ему внушить, не высказывая ее прямо. Когда в основе аллюзии лежит игра слов, то она немедленно воспринимается как игровой элемент, нечто вроде шутливого подмигивания, адресованного читателю [27, с. 91-92].

По мнению Н. Ю. Новахачевой, в современном газетно-публицистическом дискурсе аллюзия функционирует не только как интертекстуальное явление, но и как стилистический прием, который также используется авторами газетных публикаций для называния своих статей. Чаще всего в исследовании, аллюзии учёные включают в данное понятие две стороны одной сущности: интертекстуальную и стилистическую. Ученая полагает, что аллюзия представляет собой две сущности, названные одним понятием, но отличающиеся друг от друга [25, с. 19].

Если рассматривать аллюзию в стилистическом аспекте, то можно сказать, что она представляет собой «приём текстообразования, заключающийся в соотнесении создаваемого текста с каким-либо прецедентным фактом – литературным или историческим» [10]. Согласно О. В. Павловской, аллюзия занимает особое место среди средств выразительности газетного языка и не является тропом или фигурой, т.к. трансформирует текст, на основе которого создается с помощью ряда существующих тропов и фигур речи в целом [10]. Кроме того, данное средство выразительности обладает таким важным признаком, как способность намекать посредством сходно-звучного слова, упоминания общеизвестного имени, факта, исторического события, литературного произведения [20], [38].

Всё выше сказанное позволяет Н. Ю. Новахачевой определить аллюзию как стилистический приём риторического усиления речи, который занимает промежуточное место между тропами и фигурами и который создаётся на основе прецедентных текстов, имеющих литературное и нелитературное происхождение. Рассматриваемое средство выразительности обладает способностью намекать на тот или иной текст и с этой точки зрения имеет ещё один денотат (прецедентный текст), а также маркеры, отсылающие к этому денотату. В данном случае аллюзия выступает интертекстом (в широком понимании) по отношению к прецедентному тексту (а не к претексту), сам же текст-первоисточник в аллюзии как стилистическом приёме явно не прослеживается.

Таким образом, аллюзия как интертекстуальное явление и аллюзия как стилистический приём обладают, по мнению Н. Ю. Новахачевой, сходными признаками:

а) наличием денотатов, к которым осуществляется отсылка;

б) присутствием маркеров; или репрезентантов как элементов этих денотатов [25, с. 27].

## **2.3 Классификации аллюзий**

При научном изучении термина «аллюзия» возникает необходимость составления классификаций данного стилистического приема. Вопрос о классификации аллюзий разрабатывался многими лингвистами, вследствие чего были созданы различные типологии видов рассматриваемого понятия. Созданные учеными классификации аллюзивных включений строятся на разных основаниях и в своей основе имеют разные классифицирующие признаки.

Классифицировать аллюзии можно по типу атрибутивности, т.е. установления автора, времени, места создания художественного произведения [15, с. 45] в случае аллюзий – прецедентного текста. По этому признаку Н. А. Фатеева в своей работе «Интертекст в мире текстов: Контрапункт интертекстуальности» выделяет два типа аллюзий: аллюзии с атрибуцией, которые в своем составе содержат указания на имя автора прецедентного текста или высказывания и неатрибутивные аллюзии, которые за счет отсутствия указания на автора по своей внутренней структуре построения межтекстового отношения требуют усилий со стороны читателя, что порождает дополнительный стилистический эффект [34, с. 131, 135].

По мнению А. Г. Мамаевой: «Аллюзии, которые формируют доминантную тему произведения или текста в целом, становятся тематически значимыми аллюзиями» [33]. Ведущая, семантически содержательная мысль текста выражается в доминанте текста. Таким образом, согласно А. Г. Мамаевой, выделяются аллюзии доминантные (т.е. тематически значимые) и аллюзии локального действия (т.е. фрагментарно значимые). Фрагментарно значимые аллюзии не способны связывать текст в одно смысловое целое, они лишь способствуют смысловому развитию на определенном текстовом отрезке [22, с. 16, 24]. Такого рода классификация основывается на тематическом принципе построения типологии. В ее основе лежит значимость аллюзий с точки зрения тематического содержания текста.

Тематическое наполнение аллюзий находит свое отражение и в классификации Е. М. Дроновой, которая разделяет данный стилистический прием на две группы. К первой относятся аллюзии, которые составляют основные средства выражения сведений культурного фонда общества. Вторая группа включает «аллюзии, основанные на фактах повседневной жизни и явления массовой культуры», которые являются актуальными только на время создания художественного произведения. Аллюзии данной тематической разновидности можно рассматривать как одно из проявлений современного мифотворчества. Данную классификацию также можно обозначить как тематическую, но основным для типологизации признаком выступает не тематическая значимость, а характеристика тематического содержания аллюзий относительно исторического периода создания и общезначимости выражаемого культурного феномена [13, с. 14-15].

Классификация аллюзий, предложенная М. Д. Тухарели [32], основана на различиях заложенной в данных единицах семантики. Типы аллюзий по классификации Тухарели выглядят следующим образом:

1. Первую группу составляют антропонимы – собственные имена людей (индивидуальные и групповые): личные имена, отчества (патронимы), фамилии, родовые имена, прозвища, клички, псевдонимы, криптонимы (скрываемые имена) [7]. Также к данной группе могут быть отнесены топонимы – собственные имена географических объектов, зоонимы – собственные имена животных, астронимы – названия отдельных небесных тел, эргонимы – названия предприятий, учреждений, организаций, хрононимы – названия отрезков времени, теонимы – названия и имена собственные богов, демонов, мифологических персонажей.

2. Ко второй группе рассматриваемой классификации относятся аллюзии, в основе которых лежат библейские, мифологические, литературные, исторические и прочие реалии. Аллюзии данной группы содержат указание не на конкретный объект, а на их совокупность, объединенную общей ситуативной целостностью.

3. Третью группу составляют отзвуки цитат, ходовых речений, контаминации – объединения в речевом потоке структурных элементов двух языковых единиц на базе их структурного подобия или тождества, функциональной или семантической близости, реминисценции – осознанные или неосознанные, точные или преобразованные цитаты или иного рода отсылки к более или менее известным ранее произведенным текстам в составе более позднего текста [31].

Помимо рассмотренной выше классификации, дифференцирующей аллюзивные единицы по их семантики, М. Д. Тухарели представлена еще одна типология, в основу которой положено структурное различие в построении и выражении в тексте аллюзии. Так выделяются аллюзии – сверхфразовые единства, аллюзии – абзацы, аллюзии – строфы, аллюзии – прозаические строфы, аллюзии – главы, аллюзии – художественные произведения. С точки зрения структурной организации аллюзии могут быть выражены словом, сочетанием слов или же более крупным словесным образованием [32].

Н. Ю. Новохачева в своих научных исследованиях выделяет одиннадцать тематических классов аллюзий [25, с. 116].

1. Литературно-художественными аллюзиями в данной классификации обозначаются экспрессемы, т.е. слова, фразеологические обороты, морфологические формы или синтаксические конструкции, которые выступают как экспрессивное, выразительное средство в тексте определенного жанра, принадлежащего к тому или иному функциональному стилю. содержание которых основывается на названии или цитате из какого-либо художественного произведения, в связи с чем нами выделены два подкласса аллюзий: назывные и цитатные. Внутри каждого подкласса выделяются две группы: стихотворные и прозаические экспрессемы. Назывные стихотворные аллюзии включают в себя собственно стихотворные аллюзии, в то время как назывные прозаические экспрессемы строятся на названиях прозаических произведений.

2. Фольклорные аллюзии строятся на основе текстов устного народного творчества, имеющего важную культурную ценность. Внутри данного типа аллюзивных единиц Новохачева выделяет четыре подкласса: фразеологические, аллюзии сказочного и считалочного характера, аллюзии на высказывания из русских народных песен. В состав фразеологических аллюзий входят единицы прецедентность которых основана на фразеологических выражениях, пословицах, поговорках, прецедентных высказываниях. Аллюзии сказочного и считалочного характера образованы на цитатах из русских народных сказок и прецедентных высказываний из детских считалок соответственно.

3. Кинематографические аллюзии представляют собой экспрессемы, построенные на основе прецедентных высказываний из области киноискусства. Данный класс аллюзий подразделяется нами на два подкласса: аллюзии на высказывания из кинофильмов и аллюзии на высказывания из мультфильмов. Выделенные в эту группу аллюзий демонстрируют более тесную связь с современными и зачастую массовыми культурными феноменами, лежащими в основе создания данных аллюзий.

4. Песенные аллюзии в текстах выражаются экспрессивными единицами, созданными на основе песенных текстов. Этот класс так же разбит на два подкласса: аллюзии на тексты из популярных песен и аллюзии на тексты песен из фильмов, второй подкласс выражает явную связь с предыдущим рассмотренным типом аллюзий по соотнесенности с культурными реалиями современного времени.

5. Газетно-публицистические аллюзии образованы на основе прецедентных высказываний из газетно-публицистического стиля речи. В данном классе экспрессем Новохачева выделила пять подклассов, которые получили в ее исследованиях условные названия: рекламные аллюзии, общественно- политические аллюзии, лозунговые аллюзии, аллюзии на названия телепередач и аллюзии на названия радиопередач. Рекламные аллюзии своим денотатом, т.е. предметным значением слова, характеризующим связь лексической единицы с обозначаемым объектом, определенную ее направленность на него; разъяснением смысла, предметным значением имени (знака); тем, что называется этим именем, – объектом внеязыковой действительности [15, с. 87] имеют текст рекламы. Общественно-политические аллюзии, в свою очередь, образованы от прецедентных высказываний из общественно-политических текстов. Лозунговые аллюзии строятся на основе текстов лозунгов, а аллюзии на названия теле- и радиопередач в основе своего создания имеют антропоним массмедийного продукта телевизионного или радиоканала соответственно. По замечанию Новохачевой такие аллюзии являются самыми малочисленными [25, с. 122].

6. Крылатые аллюзии основаны на прецедентных высказываниях из афоризмов. Стоит отметить, что используемые для создания аллюзивных единиц данного типа афоризмы несут в себе глубокое культурно-тематическое содержание и входят в состав национально-культурной концептосферы.

7. Официально-деловые аллюзии строятся на основе прецедентных текстов и ситуаций из официально-делового стиля. Среди них учеными выделяются два подкласса: аллюзии административного характера, которые создаются в результате трансформации прецедентных текстов административного подстиля и аллюзии юрисдикционного характера, построенные на базе текстов и ситуаций юрисдикционного подстиля. Рассматривая данный тип аллюзий можно выделить не только разнообразие тематической наполненности аллюзий, но и их стилистическую дифференциацию.

8. Интермедиальные аллюзии созданы на основе ставших прецедентными названий произведений изобразительного искусства. Эта группа также имеет соотнесенность с типом аллюзий, денотатом которых выступают различные антропонимы, а в частности хрематонимами – собственными именами предметов материальной культуры.

9. Библеизмы своим денотатом имеют прецедентные тексты из религиозных книг. Объектом аллюзий данного типа могу выступать имена библейских персонажей или географических названий (антропонимы и топонимы), а также отражения реалий библейского сюжета.

10. Научные аллюзии строятся на использовании законов, правил, теорем, теорий и положений различных научных дисциплин, но при этом в большинстве своем являющихся для данной науки основными теоретическими постулатами, что обеспечивает их известность даже среди не занимающихся научной деятельностью людей. В качестве прецедентных текстов научные аллюзии могут использовать правила, изучаемые в школе, или же более сложные положения, понятные лишь определенным социальным группам.

11. Контаминированные экспрессемы создаются на основе не одного, а двух и более прецедентных текстов, высказываний и т.д. Соответственно, при выделении денотата данного типа аллюзий должен проводиться комплексный анализ, способный в полной мере раскрыть заложенные в стилистическом приеме авторские интенции, их взаимосвязь и взаимовлияние друг на друга в пределах аллюзивной единицы.

Так же Н. Ю. Новохачевой [25, с. 174] была составлена функциональная классификация литературных аллюзий, представляющая собой распределение экспрессем по группам в зависимости от той функции; которая возложена на аллюзивный заголовок автором. Основанием данной классификации является характер соотношения со значением прецедентного феномена.

Взяв за основу данный конститутивный признак, Н. Ю. Новохачева выделяет четыре группы аллюзий [25, с. 175]:

1. Метафорические аллюзии, дающие переносную характеристику описываемому в публикации событию [25, с. 175].

2. Иронические экспрессемы, представляющие собой интерпретацию с сообщаемого с использованием автором комического эффекта [25, с. 175].

3. Буквально-метафорические аллюзии, содержащие в себе аналитическую и оценочную информацию [25, с. 176];

4. Экспрессивные единицы инновационного содержания, которые по своему значению и структуре существенно отличаются от прецедентного феномена [25, с. 176].

Выделенные учеными разновидности аллюзий можно считаются условными, поскольку каждая из них выполняет функцию приближения той или иной литературной ситуации, отражённой в экспрессеме, к реальной действительности. При этом реализация указанной функции напрямую связана с функцией воздействия, характерной для газетного языка в целом: практически любое аллюзивное высказывание, в случае успешного раскрытия смысла аллюзии, вызывает у читателя согласие, неодобрение, возмущение, радость и т.д.; служит стимулом к совершению какой-либо деятельности или, наоборот, выступает своеобразным запретом, а также привлекает внимание и способствует передаче информации в сжатом виде.

В процессе понимания, расшифровки смысла аллюзивного включения, у адресата возникает три вида ответной реакции: позитивная, негативная и нейтральная. При этом негативной или позитивной оценкой со стороны адресата обладают эмоционально-оценочные литературные аллюзии, использование которых, в свою очередь, своей целью имеет воздействие на читателя и побуждение его к эмоциям определенного типа.

Так, взяв за признак классификации ответной реакции на аллюзии можно выделить еще три типа аллюзивных единиц [25, с. 176].

1. Аллюзии, продуцирующие положительную оценку. Данный тип аллюзий обладает следующими признаками: а) аллюзивный смысл доступен пониманию адресатом; б) экспрессема наделена образностью, ироничностью, сенсационностью, доставляет читателю эстетическое удовольствие от знакомства с ней.

2. Аллюзии, продуцирующие негативную оценку. Негативной оценкой сопровождается знакомство с экспрессивными единицами, в которых содержится излишняя ирония, сарказм, а построение отличается использованием стилистически сниженной лексики.

3. Аллюзии, продуцирующие нейтральную оценку. Подобную оценку, которая характеризуется отсутствием каких-либо ответных реакций, вызывают у адресата констатирующие литературные аллюзии.

Итак, рассмотрев различные классификации аллюзий можно сказать о том, что в виду частого использования в художественных и публицистических текстах различных типов данных стилистических единиц существует, соответственно обширное количество типологий, позволяющих систематизировать рассматриваемые явление. Стоит отметить, что построенные учеными классификации в своей основе имеют разные признаки, характеризующие аллюзии. К их числу относятся: атрибутивность, тематическая значимость и тематическое наполнение, семантика, структура аллюзивных единиц, а также эмоциональное отношение адресата к аллюзивным выражениям.

## **2.4 Функции аллюзий**

Изучение аллюзий было бы неполным без обращения к функциям, выполняемым данными единицами в тексте.

Н. Д. Белоножко [6] в своей статье выделяет следующие функции аллюзий:

1. Оценочно-характеризующая. Данная функция помогает раскрыть внутренний мир персонажей, дать оценку их поступкам, а также событиям, описываемым в произведении [6, с. 17]. Использование аллюзии позволяет эксплицитно выразить мнение автора, передать его позицию читателю, вызвав у него определенную эмоциональную реакцию. Белоножко выделяет данную функцию применительно к художественной литературе, но стоит отметить, выражение авторской оценки характерно и для публицистического текста. При этом использование аллюзии помогает сделать акцент на позиции автора без навязывания мнения читателю. Выполняя оценочно-характеризующую функцию, аллюзия может описать главных действующих лиц статей в текстах СМИ, или же одну основную личность, которой посвящен публицистический текст.

2. Окказиональная функция характеризуется наличием ссылок на исторические факты и личности. Использование подобных аллюзий в публицистических текстах позволяет добиться повышения культурного уровня написанного, продемонстрировать способность автора анализировать происходящие события и соотносить их с историческими реалиями прошлого, доказывая тем самым, цикличность и однотипность общих для человеческого общества проблем на разных этапах его существования.

3. Текстоструктуирующая функция. Выполняя эту функцию, аллюзивные единицы осуществляют внутритекстовую связь. Аллюзии скрепляют текст и при этом вносят него элементы прецедентных текстов. Играя важную структурную роль аллюзивные включения также помогают акцентировать внимание адресата на более важной, с точки зрения автора части текста. Также аллюзии способствуют повышению тематической наполненности текста, связывая вместе различные его компоненты.

4. Предсказательная функция. Аллюзии помогают читателю получить своего рода подсказку, возможном развитии событий, или же о теме и содержании текста в целом.

Е. А. Павленко [26] выделяет функции аллюзий, использующихся в газетных текстах. Согласно ее классификации, можно назвать следующие функции:

1. Достижение физической экономии выразительных средств [26, с. 86]. Современный мир характеризуется повышением скорости происходящих в нем процессов. Жизнь человека не становится исключением. Нами уже рассматривалась актуальность антропоцентрической направленности различных сфер жизни, что можно отнести также и к конструированию текстов современных СМИ. Газетные и журнальные тексты должны быть построены таким образом, чтобы их чтение не отнимало у адресата слишком много времени, а содержание раскрывало основную идею написанного. При этом журналисты не могут отказаться от использования средств речевой выразительности, обогащающих текст с лингвистической стороны. В этих условиях возрастает роль аллюзии, а именно ее способности в сжатой форме донести большое количество информации. Для достижения нужного эффекта, автору не нужно использовать сложные и громоздкие синтаксические конструкции, достаточно вставить компактную по своему объему аллюзию, которая сможет в полной мере раскрыть перед читателем авторское мнение.

2. Функция убеждения читателя за счет отсылки к авторитетному источнику [26, с. 87]. Задача текстов современных СМИ – это не только донесение информации до читателя, но и воздействие на него, создание определенной точки зрения. В этом случае помогает аллюзия, основанная на прецедентном тексте (или же его авторе), авторитетность которого не вызовет сомнений у читателей. В качестве такого авторитетного источника может выступать значимый с культурной точки зрения художественный текст, высказывание известного автора, поэта, исторической или политической личности. Наличие отсылки к авторитетному источнику – подсознательно вызовет у адресата текста уверенность в правильности выражаемого автором статьи мнения.

3. Функция стимулирования к дальнейшему чтению статьи. По мнению Д. А. Павленко, для СМИ данная функция чрезвычайно важна – ведь если читатель дочитает статью до конца, то а) он усвоит мнение редакции (а с учетом современных тенденций «проплаченных» статей и повсеместного распространения скрытой рекламы это очень важно), и б) в таком случае возрастают шансы на то, что этот читатель купит ту же газету еще раз [26, с. 87]. Использование в тексте аллюзий позволяет автору вызвать у читателей интерес к чтению, желание расшифровать имплицитный смысл, вложенный в статью, сопоставив публицистический текст и прецедентный феномен, использованный для создания аллюзии, подтвердить свои предположения относительно развития повествования текста.

4. Функция создания иронического эффекта. Иронический эффект в любом тексте, в том числе, в неаллюзивном, создается за счет подразумевания противоположного во внешне положительных характеристиках. Следовательно, понимание иронии не всегда подразумевает четкое понимание источника заимствования. В таком случае аллюзия, «заложенная» в текст автором, не будет опознана читателем. Для аллюзии необходимо, чтобы читатель осознавал источник, конечный фрагмент и связь между ними. Между первоначальным контекстом и принимающим должны быть установлены расхождения/несовпадения, или у читателя должно быть понимание формального совпадения при несовпадении семантическом [26, с. 87-88]. Соответственно, понимание смысла аллюзии напрямую зависит от пресуппозитивного компонента у читателя. Отсутствие необходимых фоновых знаний у адресата неизбежно приведет к утрате иронического эффекта, заложенного автором текста. В публицистическом тексте ирония способствует возникновению у читателя интереса к статье, автору, изданию в целом, что указывает на соотнесенность данной функции аллюзий с рассмотренной выше – стимулированию к дальнейшему чтению статьи. Также использование аллюзий позволяет создать иронический подтекст, а не явную иронию. Это позволит автору не навязывать свое мнение читателю относительно описываемых им событий или фактов, но при этом выразить свою точку зрения и ироническую оценку.

Следующие две функции Павленко рассматривает вместе. Это функции:

5. Функция «польстить читателю», и функция «игры с читателем» – это две стороны одной медали. Идея автора заключается в том, чтобы либо упростить понимание статьи для читателя, либо усложнить – в любом случае, стимулировать его читать дальше. В функции «польстить читателю» аллюзия приближается по своей сути к фразеологической единице – особенно в заголовках, ведь многие аллюзии используются не один раз. В отношении второй функции смысл сначала непонятен – надо подержать в «буфере обмена», поскольку чувствуется несовпадение, и в любом случае дочитать до конца [26, с. 88].

6. Функция доставления эстетического удовольствия читателю, согласно Павленко [26, с. 88], достаточно распространена. Автор с помощью аллюзий украшает свой текст, повышает его культурный уровень, указывает на преемственность между литературой и публицистикой. Использование аллюзивных включений позволяет автору создать свой собственный уникальный стиль, что также может способствовать привлечению читательской аудитории. Также нельзя не отметить значимость собственно эстетической составляющей в процессе восприятия текста адресатом. Более качественный по своим лингвокультурологичексим составляющем текст способен продуцировать положительную оценку со стороны читателей.

7. Функция оценки новой информации на фоне существующих культурных ценностей имеет целью привнести весь комплекс значений прецедентного текста таким образом, чтобы читатель оценил новую информацию, предлагаемую ему в статье, на этом фоне [26, с. 88-89]. Сопоставление событий современности и закрепленных в культурном и историческом фонде соответствующих прецедентных реалий позволяет переосмыслить возможные вопросы и проблемы на основании уже сделанных ранее выводов.

8. Функция привнесения нового значения [26, с. 89] помогает переосмыслить всем известные литературные тексты или исторические реалии, соотнести их с событиями, происходящими в современном мире, а также по-новому взглянуть на привычные культурные феномены.

9. Функция демонстрирования знаний, ценностей, остроумия и убеждений автора [26, с. 89]. Используя аллюзивные включение, которые в своей основе имеют прецедентные тексты, чья культурная значимость оценена на общемировом уровне, автор текста демонстрирует высокий уровень образованности, что зачастую вызывает доверие у читателей и позволяет автору самому стать авторитетным источником и привлечь к своим публикациям широкую аудиторию или же наоборот ограничить ее до круга адресатов с набором фоновых знаний определенного уровня и качества.

В дополнение ко всем перечисленным выше функциям аллюзий можно назвать еще одну, которая в определенной степени становится обобщающей для всех остальных. Этой функцией становится создание аллюзиями подтекста. Согласно словарю лингвистических терминов Ахмановой, подтекст представляет собой внутренний, подразумеваемый, словесно не выраженный смысл высказывания, текста [4]. Данная функция берет начало из структурного построения аллюзивных включений, их соотнесенности с прецедентными текстами. Имплицитность выражаемой информации как один из основных признаков аллюзии провоцирует создание двупланового пространства текста, в состав которого и входит подтекст. Создание аллюзиями подтекста находит свое выражение во всех функциях рассматриваемых единиц за счет того, что любая содержащаяся в аллюзивных единицах информация – будь то характеристика, авторское мнение или новое значение имеет скрытый характер.

## **Выводы по разделу 2**

Во втором разделе данной работы среди основных тенденций развития современной науки была выделена тенденция к антропоцентризму, т.е. вниманию к индивиду и обществу в целом. В соответствии с данной тенденцией отмечается высокая значимость СМИ, как социально обусловленной системы. При рассмотрении основных направлений в сфере создания и распространения текстов печатных СМИ была установлена необходимость привлечения широкой аудитории и обеспечения высокого рейтинга издательства. В качестве одного из способов привлечения аудитории с помощью использования в текстах СМИ языковых средств была обозначена тенденция к актуализации интертекстуальных связей и аллюзия как языковой способ реализации категории интертекстуальности.

Анализ разнообразных определений термина «аллюзия», предложенных учеными-лингвистами, позволил определить многоплановость этого явления, а также выделить основные общие для разных трактовок признаки аллюзии: имплицитность предоставляемой информации, двуплановая структура, указание на прецедентный феномен.

В связи с высоким уровнем вариативности в плане создания и использования аллюзий в тексте, с точки зрения типологической характеристики данного явления были представлены разнообразные классификации, в основе которых: тематическая значимость, семантическое наполнение, структура построения, прецедентный феномен.

Разнообразие функций, выполняемых аллюзиями в тексте, указывает на значимость данного стилистического приема и актуальность его изучения в современной науке. Не перегружая текст сложными выражениями и не создавая ситуацию речевой избыточности, аллюзии в сжатой форме способны передавать объемные пласты информации и обогащать текст с точки зрения его эстетической ценности.

# **3 Прагматическое использование аллюзий в современных СМИ**

Одним из аспектов изучения стилистического приема аллюзии является анализ и описание его употребления в тексте с точки зрения прагматики. Прагматика – область исследований в семиотике и языкознании, в которой изучается функционирование языковых знаков в речи. Термин «прагматика» введён в конце 30-х гг. 20 в. Ч. У. Моррисом как название одного из разделов семиотики, которую он разделил на семантику, изучающую отношение знаков к объектам, синтактику – раздел о межзнаковых отношениях, и прагматику, исследующую отношение к знакам говорящих. Выделение и формирование прагматики в качестве области лингвистических исследований, стимулированное идеями Ч. С. Пирса, началось в 60-х – начале 70-х гг. под влиянием логико-философских теорий речевых актов Дж. Остина, Дж. Р. Сёрла, З. Вендлера и других, прагматических теорий значения П. Грайса и прагматических теорий референции Л. Линского, Сёрла, П. Ф. Стросона и др. Лингвистическая прагматика не имеет чётких контуров, в неё включается комплекс вопросов, связанных с говорящим субъектом, адресатом, их взаимодействием в коммуникации, ситуацией общения [40].

При анализе аллюзий, помимо описания их общих характеристик, с позиции изучения их прагматического использования нами будут рассматриваться такие аспекты анализа как:

- определение явных и скрытых целей использования аллюзий в публицистическом тексте;

- имплицитный смысл употребляемых аллюзивных единиц, прагматические пресуппозиции: оценка автором текста общего фонда знаний, конкретной информированности, интересов, мнений и взглядов, психологического состояния, особенностей характера и способности понимания адресата [40];

- проявление категории модальности в тексте при использовании аллюзий;

- рассмотрение аллюзивных единиц в совокупности с общим контекстом;

- характер воздействия на адресата с помощью помещения в текст аллюзий.

Обратимся к конкретным примерам. Статья в газете «Аргументы и факты» с заголовком «Зачем переписывать учебники?» (АиФ. 2019 № 1-2) содержит фразу: «Что важнее для государства: «проверить алгеброй гармонию» или взрастить в душах наших детей тот самый благословенный «миф»?». В составе данного высказывания можно обнаружить аллюзию «проверить алгеброй гармонию», денотатом которой является трагедия А С. Пушкина «Моцарт и Сальери». Основной темой статьи является рассуждения автора по поводу необходимости внесения изменений в школьные учебники и, в частности, в учебники истории. Опираясь на тему текста, использованную аллюзию можно отнести к разряду тематически значимых, так как она, в составе вопроса автора к читателям актуализирует и обобщает значение всего текста. С точки зрения семантики данного стилистического приема, «проверить алгеброй гармонию» – это видоизмененная отсылка к фразе «Поверил Я алгеброй гармонию» из произведения А. С. Пушкина, т.е. литературно-художественная аллюзия. Анализируя цели использования данной единицы в тексте, среди явных можно выделить функцию привлечения внимания и доставления эстетического удовольствия читателю, а среди скрытых – функцию оценки новой информации на фоне существующих культурных ценностей и функцию привнесения нового значения. С позиции актуализации автором прагматических пресуппозиций можем отметить ориентированность на использование элемента художественного текста, известного литературно-образованному кругу читателей. При рассмотрении аллюзии в контексте статьи, можно определить авторскую оценку события через используемый им стилистический прием. Употребляя в своем тексте отсылку к трагедии Пушкина, Сергей Ипполитов выражает свою позицию по данному вопросу, определяя историю не как точную математическую науку, а как сказание прошлого времени, и указывает на несостоятельность строгого прагматического подхода, подобно неуместности такого же отношения к творчеству, продемонстрированной в «Моцарте и Сальери». Несмотря на то, текст рассматриваемой статьи является выражением авторского мнения и не навязывает адресату конкретной точки зрения, с позиции анализа аллюзий по принципу вызываемой ответной реакции, данную аллюзию можно отнести к группе продуцирующих негативную оценку у читателей.

В статье под названием «Когда запоёт сердце? Какие законы и скрепы нужны для страны» из того же номера еженедельника «АиФ», автор также обращается к использованию в тексте аллюзий. Так фраза «но бунта – «бессмысленного и беспощадного» – она как огня боится» является аллюзией к повести А. С. Пушкина «Капитанская дочка». В оригинале произведения данные слова звучат как: «Не приведи Бог видеть русский бунт, бессмысленный и беспощадный». Таким образом, автор, используя авторское определение русского бунта, ставшее распространенным устойчивым выражением, вставляет его в конструкцию собственного предложения. Как и рассмотренная до этого, данная аллюзия является литературно-художественной. Так как данная единица раскрывает не всю тематику статьи, к которой относятся изменения в Конституции, рассмотрение политики СССР и современных государств, а лишь один из ее аспектов – протестные движения – приведенная аллюзия выступает в качестве фрагментарно-значимой. Использование данного стилистического приема позволяет автору повысить культурный уровень созданного им текста, показав преемственность современной России и ее исторического прошлого. С точки зрения категории модальности, аллюзия выражает отношение автора к протестным движениям, а именно негативное отношение, а также служит для формирования подобного отношения у читателей, формируя у них данную точку зрения с помощью использования авторитетного источника.

Проанализируем аллюзию «подземка до Троицка доведёт» – Аргументы и факты (2019 №10). Прецедентным феноменом для данного аллюзивного выражения является фразеологизм «язык до Киева доведет». Анализируя аллюзию по способу ее образования, можно отметить, что аллюзивное включение образовано с помощью ссылки на устойчивое выражение и замены в нем двух семантических компонентов, а именно «язык» меняется на слово «подземка», а географический пункт назначения – город «Киев» на «Троицк». Так как публицистическая статья в газете посвящена строительству новой станции метро в Москве, использование в аллюзии разговорной единицы «подземка» способствует установлению семантической связи между аллюзией и содержанием текста. С точки зрения классификации аллюзий по их значимости, данная единица является доминантной. Со стороны тематической классификации аллюзивное выражение можно обозначить как фольклорно-фразеологическое. Изменение прецедентного высказывания для установления связи с контекстом делает аллюзию буквально-метафорической, а использование в основе ее создания распространенного разговорного выражения позволяет в качестве основных функций обозначить побуждение адресата к дальнейшему чтению и создание комического эффекта.

«Меж двух миров» - так звучит фраза из статьи ««Бал», «Рука» и «Тишина». Самые яркие премьеры наступившего Года театра» («АиФ». 2019 № 1-2). Данная фраза представляет собой аллюзию на фразеологизм «Между двух огней», означающий неблагоприятное, затруднительное положение. С точки зрения классификации литературных аллюзий Н. Ю. Новохачевой, данный пример входит в группу фольклорных фразеологических аллюзий. Использование в тексте данного стилистического приема позволяет автору привлечь внимание читателя с помощью видоизменного известного выражения. В части статьи, к которой относится аллюзия содержится информация о постановке в театре современной пьесе «Дюма». Употребленная автором фраза «Меж двух миров» открывает содержание пьесы – параллельный показ действий в двух эпохах – в середине 1990-х и в Гражданскую войну. При этом прецедентный фразеологизм «Между двух огней» указывает на затруднительное положение героев, информация о котором передаётся автором имплицитно.

Следующая рассматриваемая нами аллюзия звучит так: «Школьники не идут в лирики» – газета «Московский комсомолец». Денотатом данной аллюзивной единицы является название стихотворения Б. А. Слуцкого «Физики и лирики», которое впоследствии стало распространённым выражением. Анализируя данную аллюзию с точки зрения тематической классификации Мамаевой, можно отметить ее доминантность относительно содержания текста. Так же предложенная аллюзивная единица относится к группе литературно-художественных аллюзий, являясь при этом, указанием на название конкретное название произведения. Газетный текст повествует о возрастающей популярности профильных физико-математических классов среди родителей школьников. Используемая автором аллюзия полностью отражает тематическое наполнение текста, а также способствует оценке новой информации на основе уже произошедших событий, а именно дискуссий о важности точных и гуманитарных наук, развернувшихся в советской печати после публикации стихотворения Слуцкого. В итоге споры разрешились принятием важности тех и других отраслей знаний, к чему и призывает автор статьи. Таким образом, сжатая по объему стилистическая единица не только отражает содержание публицистического текста, но и способствует воздействию на адресата и формированию у него определенной точки зрения, схожей с авторской.

«Не пошел бы с ним в разметку: как будут штрафовать на “вафельницах”» – заголовок статьи из газеты «Известия» (2019 №38), содержащий в себе аллюзию на текст стихотворения В. С. Высоцкого «Давно смолкли залпы орудий…». Анализируемая аллюзивная единица по своей тематической типологии является литературно-художественной и песенной. Основными ее функциями являются привлечение внимания читателя к статье с помощью известной фразы и демонстрация знаний и ценностей автора. Содержание статьи – введение штрафов для автомобилистов за пересечение разметки – демонстрирует несоответствие тексту прецедентного текста стихотворения. Сочетание в смыслах текстов можно найти лишь в призыве к водителям быть осторожными, но в большей степени использование аллюзии в данном примере не несет особой смысловой нагрузки.

Помимо рассмотренной, статья содержит еще одну аллюзию, а именно: «Семь раз подумай, один раз поезжай», прецедентной для которой является пословица «Семь раз отмерь, один раз поезжай». При использовании данной аллюзии возникает комический эффект, вследствие изменения автором компонентов паремиологического высказывания с привычных на более подходящие в контексте статьи. При этом вторая аллюзия, как и первая содержит в себе призыв к осторожности для адресата. Так же употребленные автором аллюзии, за счет их трансформации и приближении к контексту можно считать буквально метафорическими. Анализируя использованные стилистические приемы с точки зрения пресуппозиции, можно отметить, что автор статьи в качестве прецедентных текстов выбирает произведение автора, стихотворные и песенные тексты которого пользуются популярностью у населения, а также общеизвестное паремиологическое высказывание, что указывает ориентированность на массового читателя, не обладающего узкоспециализированными знаниями.

 Следующий анализируемый нами текст СМИ содержит в себе аллюзию, которая звучит так: «Где на Руси жить хорошо». Данная аллюзивная единица является отсылкой к названию поэмы Н. А. Некрасова «Кому на Руси жить хорошо». При определении типологических особенностей приведенной аллюзии, ее можно отнести к доминантным, вследствие выражения данной единицей тематического наполнения текста, с точки зрения классификации Е. М. Дроновой к группе, содержащей основные средства выражения сведений культурного фонда общества, а также по классификации Н. Ю. Новохачевой – к назывной подгруппе литературно-художественных аллюзий. Оценивая использование автором аллюзии в контексте статьи, можно отметить тематическую связь между публицистическим текстом и прецедентным произведением. Н. А. Некрасов в своей поэме задается вопросом, кому хорошо жить на Руси, и на протяжении всего произведения пытается найти ответ на данный вопрос. Автор статьи задается подобным вопросом, но делает акцент не на людях, а на месте их проживания, изменяя одну из семантически значимых единиц в составе названия поэмы и тем самым создавая свою аллюзию. Функциональная значимость данной аллюзии заключается в привлечении внимания адресата текста, в повышении эстетического уровня текста за счет его украшения и повышения культурного уровня, демонстрации связи между художественной литературой, а также в указании на однородность современных и исторических актуальных проблемах. Имплицитный смысл, содержащийся в данной аллюзии, заключается в том, что подобно героям поэмы, которые никак не могли найти истину, автор выражает сомнения в возможности определения одной единственной лучшей для жизни области страны.

Аллюзия «свинцовые мерзости» образована на основе фразы: «Вспоминая эти свинцовые мерзости дикой русской жизни, я минутами спрашиваю себя: да стоит ли говорить об этом?» из автобиографической повести М. Горького «Детство». Для понимания смысла данного аллюзивного включения обратимся к тексту статьи, в которой она использована. Статья под названием «Камни глупости. Почему власть не понимает свой народ?» – «Аргументы и факты» (2019 № 12) посвящена теме политической ситуации в стране, новым законам, экономике. В контексте статьи аллюзия является фрагментарно значимой, т.к. выражение «свинцовые мерзости», которое обозначает неприглядные стороны жизни, используется автором не для описания общего положения в стране, а для характеристики прошлого века, когда и получило распространение выражение Горького. Обращение к историческим реалиям прошлого позволяет автору предоставить объективный анализ положения в стране, продемонстрировать изменения и возможный сценарий развития событий будущего. Так как прецедентным феноменом данной аллюзии является художественное произведение, по тематической классификации литературных аллюзий Н. Ю. Новохачевой, рассматриваемая стилистическая единица входит в группе литературно-художественных аллюзий. Так как прецедентная фраза имеет негативную оценку, соответственно и аллюзия к ней продуцирует негативное впечатление читательской аудитории. Основными функциями данной аллюзии являются окказиональная функция – отсылка к историческим реалиям, выраженным во фразе Горького – и функция демонстрирования знаний, ценностей, и убеждений автора.

Рассмотрим еще одну аллюзию из той же статьи - «Камни глупости. Почему власть не понимает свой народ?». Аллюзивное выражение выглядит следующим образом «Ни в царя, ни в Бога». Прецедентным феноменом для данной аллюзивной единицы является международный пролетарский гимн «Интернационал», перевод на русский язык – А. Я. Коц. Строчки из гимна, на которых построена аллюзия звучат следующим образом: «Никто не даст нам избавленья, Ни Бог, ни царь и не герой». Данное выражение используется как призыв к самостоятельному изменению жизни, без надежды на кого-то другого, в том числе на власть. При сопоставлении с другой аллюзий из той же статьи, рассмотренной нами ранее, можно обнаружить осознанное обращение автора к политической системе и историческим реалиям советского времени. Так же использование такого рода аллюзивного включения в контексте тематики данной статьи можно обозначить как побуждение читателей самостоятельно решать свои проблемы, не надеясь на различные политические структуры. Анализируя типологические характеристики данной аллюзии, можно отнести ее к разряду фрагментарно-значимых песенных литературных аллюзий.

«Правда должна быть с зубами» – аллюзия на фразеологизированную фразу «Добро должно быть с кулаками», впервые прозвучавшую в одноименном стихотворении С. Ю. Куняева. Определить смысл данного прецедентного выражения можно в необходимости добра и справедливости быть сильными. Как и в ранее рассмотренных аллюзивных выражениях в данном примере наблюдается видоизменение компонентов исходной фразы на те, которые являются более семантически значимыми в данном контексте. В аллюзии «правда должна быть с кулаками» семантическая единица «правда» заменяет прецедентную единицу «добро». В связи с тем, что статья посвящена юбилею газеты Аргументы и факты, автору статьи важно показать, что это издание всегда позиционировало себя как источник честной информации, поэтому слово «правда» в данном контексте является более актуальным. Подобным образом можно рассмотреть и второе видоизменение в составе аллюзии. Слово «кулаки» заменяется на слово «зубы» на основании ассоциативной связи между омонимичными понятиями «язык» в значении системы фонетических, лексических и грамматических средств, являющейся орудием выражения мыслей, чувств, волеизъявлений и служащей важнейшим средством общения людей, а также в значении языка как органа, необходимо для воплощения фонетической стороны языка как системы. При этом возникает также ассоциативная связь с лексической единицей «зубы», как средством защиты языка в прямом, а далее и в переносном смысле. Таким образом мы видим глубокую проработанность создания аллюзивной единицы, которая за счет видоизменения исходной фразы не только передает тематику текста, но и имеет прочную семантическую связь с его тематическим наполнением. С точки зрения типологии данная аллюзия является доминантой, литературно-художественной, а основной ее функцией является концентрация в своем составе всего смыслового содержания текста. При анализе той же газетной статьи можно выделить еще одну аллюзию – «веселая вдова», прецедентным феноменом которой является название оперетты Франца Легара. Важным при анализе становится явления взаимосвязи в одном предложении двух рассмотренных аллюзивных единиц: «И в беззубую “весёлую вдову” коллектив газеты превращаться не намерен». Так вторая аллюзия «веселая вдова» дополняет первую «правда должна быть с зубами», утверждает ее значимость с точки зрения тематической содержательности текста, а также выражаемого автором мнения по поводу будущего газеты.

Следующий пример – аллюзия «инженеры человеческих душ» из статьи газеты «Аргументы и Факты» (2019 № 7). Данное выражение приобрело популярность в советское время. Слова приписываются писателю Ю. К. Олеше, но свое распространение они получили, когда были произнесены И. В. Сталиным на встрече с писателями в доме Максима Горького. Впоследствии, инженерами человеческих душ стали называть писателей советского времени, а сама фраза нашла отражение в произведениях Войновича, Аксенова, Каверина. В качестве аллюзии выражение относится к группе крылатых аллюзий, то есть основанных на прецедентных высказываниях. Данным определением автор статьи именует не писателей, а руководителей федеральных телевизионных каналов, акцентируя внимание на актуальной для современного читателя теме, но при этом используя выражение ушедшей эпохи и наделяя его новым смыслом Исходя из того, что прецедентное выражение характеризуется наличием иронического оттенка смысла, аллюзивная единица в рассмотренном тексте выполняет функцию создания иронического эффекта.

В качестве следующего примера рассмотрим аллюзию в форме вопросительной фразы «Заживём не по лжи?». Прецедентным текстом для данной аллюзии является публицистическое эссе А. И. Солженицына под названием «Жить не по лжи!». Семантика данной аллюзивной единицы в контексте статьи, описывающей судьбу творчество Солженицына, позволяет считать ее доминантной, обладающей высоким уровнем тематической значимости. На основании обозначенного нами прецедентного текста, анализируемую аллюзию можно отнести к числу основанных на общезначимых средствах выражения культурного наследия общества. Стоит отметить особую структуру аллюзивного выражения в виде вопросительного предложения. В данном случае подобное структурное построение имеет связь прагматической функцией включение в текст аллюзии. Для выявления этой функции обратимся к прецедентному тексту. А. И. Солженицын в своем эссе призывает к правдивой жизни и честным поступке. Автор газетной статьи рассказывая о жизни писателя и размышляя об актуальности вопросов, поднимаемых Солженицыным в своем творчестве, перефразирует название его работы в главный для всей тематики текста вопрос, а также воздействуя с помощью авторитетного источника, побуждает читателей к размышлениям на эту тему.

Аллюзия «Прокуратор у идеи» из текста статьи газеты «Коммерсантъ» с точки зрения прецедентного феномена в своей основе имеет библейские тексты, в частности Новый Завет, в которых фигурирует Понтий Пилат – римский префект Иудеи. Также Понтий Пилат, часто именуемый Прокуратором Иудеи, является героем романа М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита». Основываясь на том, что первоисточником упоминания данной исторической личности является Библия, созданную аллюзию можно отнести к группе библейских аллюзий или библеизмов. Если же первоисточником именования «Прокуратор Иудеи» считать роман Булгакова, аллюзивное выражение «Прокуратор у идеи» входит в состав литературно-художественных. Особое внимание стоит уделить способу образования рассматриваемой аллюзии. Путем перестановки графем слова «Иудея» автор создает своеобразную анаграмму «у идеи», которая и образует аллюзивную фразу. Так автору удается создать примечательное и привлекающее внимание читателей выражение. Помимо особого приема построения с помощью анаграммы, при анализе аллюзии в контексте публицистического текста, основной темой которого является встреча между президентом России и премьер-министром Израиля, важное значение имеет сопоставление семантических единиц в составе аллюзивного выражения, которые являются аналогами семантических единиц, присутствующих в тексте. Так при сравнении мы отмечаем, что понятие «премьер-министр» в составе аллюзии заменяется семантической единицей «прокуратор», а страна – Израиль, о политике которой идет речь, в прецедентном тексте имеет наименование «Иудея». Таким образом, с помощью употребления устаревших понятий, демонстрируется связь между современностью и историческим прошлым. Для определения имплицитного смысла приведенной аллюзии необходимо обратиться к характеристике прецедентного феномена – исторической личности Понтия Пилата. По мнению историков, правление Пилата было жестким, безжалостным и коррумпированным. В связи с этим, использование аллюзии с упоминанием Прокуратора Иудеи неизменно должно вызвать у читателей, обладающих необходимыми фоновыми знаниями, негативную оценку, что подтверждается наличием в тексте информации о коррупционных скандалах, имеющих отношение к премьер-министру. Таким образом, основной функцией данной аллюзии является воздействие на адресата и формирование у него определенной позиции, за счет использования обращения к авторитетному источнику.

Следующий пример аллюзии в тексте СМИ звучит следующим образом: «Доставшаяся Токаеву “шапка Нурсултана” тоже весит очень много.» – «Московский Комсомолец» (2019 № 25). Прецедентным текстом для данного аллюзивного выражения – «шапка Нурсултана» - является трагедия А. С. Пушкина «Борис Годунов». В качестве устоявшегося выражения слова: «Тяжела ты, шапка Мономаха» используются для выражения жалобы на тяжелую долю и большую ответственность руководителя. Так же «шапка Мономаха» имеет смысловую связь с атрибутом власти на Руси и князем Владимиром Мономахом. Текст статьи повествует о новоизбранном президенте Казахстана Касыме-Жомарт Токаева. В контексте данной публицистической статьи использование данной аллюзии не случайно. Во-первых, прослеживается тематическая связь текста и прецедентного произведения А. С. Пушкина. Объединяющим элементом для текстов становится политика. К политической сфере жизни относится анализируемая статья и политическое значение имеет аллюзивная единица. Во-вторых, даже при рассмотрении вне прецедентного феномена, она имеет устоявшееся значение, а именно «ответственность политического лидера» – в данном случае руководителя государства. За счет распространенности и общеизвестности выражения «шапка Мономаха» аллюзия выполняет функцию привлечения читательского внимания и создания интереса, а также способствует выражению связи между современностью и историей. Анализируя аллюзию по способу ее образования, можно отметить, что данное выражение создано путем замены имени собственного в прецедентном на имя участника описываемых событий. По своей типологии аллюзия является литературно-художественной и метафорической. Со стороны возможной читательской оценки, данный пример относится к числу продуцирующих нейтральное отношений аллюзий. Автор статьи не выражает свое мнение с помощью аллюзии, а использует ее для констатации факта – власть – это всегда ответственность, несмотря на время и страну, которой правит политик.

К особой группе – контаминированные экспрессемы – относится аллюзия в заголовке статьи «Из-за дела Голунова “полетели шапки” двух генералов: как это было» – «Московский Комсомолец» (2019 № 25). Данное выражение представляет собой аллюзию, построенную на двух прецедентных текстах, а именно поговорке «Лес рубят – щепки летят», смысл которой заключается в необходимости принятия неприятных последствий какого-либо события, а также названии сатирического произведения М. Е. Салтыкова-Щедрина «Повесть о том, как один мужик двух генералов прокормил». За счет сочетания двух прецедентных феноменов, аллюзивная единица имеет сложную конструкцию и является одновременно к числу метафорических – «шапки летят» и буквально метафорических «два генерала», так как в содержании статьи присутствует информации о возможном освобождении от занимаемых должностей двух сотрудников министерства внутренних дел, имеющих звания генералов. Также при сопоставлении контекста статьи и анализируемого аллюзивного сочетания в последнем можно отметить ироническую оценку описанных событий. Использование в качестве прецедентных текстов паремиологического выражения и название произведения, одним из признаков которого является хоть и ироническая, но фольклорная составляющая, позволяет автору придать событиям публицистического текста национальную русскую окраску и указать на возможные политические проблемы.

## **Выводы по разделу 3**

Анализ практического использования аллюзий в текстах современных СМИ показал, что данные единицы в своей основе имеют разнообразные прецедентные тексты и феномены. Зачастую способом построению аллюзии становится замена семантических компонентов в исходном выражении на более подходящие в контексте статьи. Аллюзивное выражение в тексте способствует не только повышению его эстетической составляющей, но и выражению авторского мнению, направлению читателей к определенной оценочной позиции, проведению параллелей между актуальными событиями современности и историческим прошлым, демонстрируя цикличность и взаимосвязанность истории и культуры с помощью их языкового способа выражения. Сопоставление аллюзий с основным содержанием текста дает основание говорить о том, контекст в большой или меньшей степени, в зависимости от конкретного примера оказывает влияние на выбор прецедентного текста или феномена, но основе которого строится аллюзивное выражение за счет их тематической связи. Аллюзия выступает в виде концентрированного выражения содержащейся в тексте СМИ информации.

Среди проанализированных нами текстов были обнаружены разнообразные по своим классификациям примеры аллюзий – литературно-художественные, фольклорно-фразеологические, библейские, крылатые, метафорические, буквально-метафорические и т.д. Подобное типологическое разнообразие в употреблении данного стилистического приема указывает на его популярность среди авторов текстов современных СМИ.

# **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

При лингвистическом анализе различных текстов категория интертекстуальности, как показатель взаимосвязи между рассматриваемым текстом и возможными прецедентными для него феноменами различного характера имеет важное значение. Интертекстульность указывает на взаимопроникновение между разнообразными вербальными формами выражения культурного фонда общества. В качестве одного из способов репрезентации указанной текстовой категории выступает аллюзия.

Предметом данной выпускной квалификационной работы являлось прагматическое использование и функционирование аллюзий в современных СМИ. В качестве основной цели был обозначен комплексный анализ приема аллюзии и изучение его роли, особенностей и функций в текстах современных СМИ.

В ходе проведенного нами исследования мы пришли к следующим выводам:

1. В современном обществе СМИ как основной источник распространения актуальной информации занимает важное место

2. Среди основных тенденций развития современной науки, в частности лингвистики, большое значение принимает принцип антропоцентричности

3. СМИ подтверждают свой статут актуального объекта исследования за счет своей социальной направленности, но при этом имеют неразрывную связь с лингвистической наукой.

4. Путем выведения логической цепочки: важность СМИ – необходимость привлечения аудитории в связи с высокой конкуренцией – интертекстуальность как один из способов привлечения внимания – аллюзия как воплощение интертекстуальности – нами обоснована актуальность проведения данного научного исследования.

5. Наличие у рассматриваемого нами понятия «аллюзия» различных терминологический, типологических, функциональных характеристик указывает на многомерность возможностей исследования данной дефиниции.

6. Анализ практического материала – текстов современных СМИ, в составе которых обнаруживаются аллюзии – подтвердил изложенный теоретический материал и продемонстрировал существование различных способов создания аллюзивных выражений, разнообразие выполняемых ими функций, способность к выражению авторского мнения и передаче его адресату, возможность создания аллюзиями связующего языкового пространства между современными событиями и историческими, либо культурными, способность к концентрации тематического содержания текста в отдельно взятом аллюзивном выражении.

Таким образом, представленный нами теоретический материал, а также комплексный анализ аллюзивных единиц в контексте публицистического текста СМИ позволил сделать теоретически значимые выводы относительно объекта и предмета данной работы, показал многомерность явления аллюзии и возможности для дальнейшего его исследования, а также подтвердил актуальность и значимость нашей научной работы, за счет подробного анализа аллюзивных выражений с разных позиций и точек зрения.

# **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1 Аксютин, Д. Э. Особенности вертикального контекста художественного телефильма: исторический аспект / Д. Э. Аксютин // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 9. – С. 22 – 30.

2 Анхимова, Р. В. Средства массовой информации как часть коммуникативной системы: понятие, функции и роль в обществе / Р. В. Анхимова // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 3. – С. 464-468.

3 Арнольд, И. В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность: Сб. ст. / И. В. Арнольд. – СПб., 1999. – 443 с.

4 Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М. : Советская энциклопедия, 1969. – 608с.

5 Белокурова, С. П. Словарь литературоведческих терминов [Электронный ресурс] / С. П. Белокурова. – Режим доступа : <http://gramma.ru/LIT/?id=3.0&page=1&wrd=%C0%CB%CB%DE%C7%C8%DF&bukv=%C0>. – Загл. с экрана.

6 Белоножко, Н. Д. Аллюзия в стилистической конвергенции / Н. Д. Белоножко // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. – 2012. – С. 15 – 25.

7 Боголюбова, Т. А. Российский гуманитарный энциклопедический словарь / Т. А. Боголюбова. – СПб. : Владос, 2002. – 688 с.

8 Воскресенский, Ю. Понятие «средства массовой информации». Роль коммуникации и СМИ в политической системе общества [Электронный ресурс] / Ю. Воскресенский. – Электрон. текстовые дан. // Юрист. – 2005. – № 6. – С. 36-39. – Режим доступа : <https://www.lawmix.ru/comm/1121>. – Загл. с экрана.

9 Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М. : КомКнига, 2006. – 139 с.

10 Граудина, Л. К. Культура русской речи. Учебник для вузов / Л. К. Граудина, Е. Н. Ширяев. – М. : Норма, 2001. – 506 с.

11 Гюббенет, И. В. К проблеме понимания литературно-художественного текста / И. В. Гюббент. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1981. – 112 с.

12 Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т. Г. Добросклонская. – М. : Флинта, 2008. – 203 с.

13 Дронова, Е. М. Стилистический прием аллюзии в свете теории интертекстуальности: автореф. дис. … канд. филол. наук / Дронова Елена Михайловна. – Воронеж, 2006. – 24 с.

14 Ефремова, Т. Ф. Толковый словарь словообразовательных единиц русского языка / Т. Ф. Ефремова. – М. : Астрель, 2005.

15 Жеребило, Т. В. Словарь лингвистических терминов / Т. В. Жеребило. – Назрань : Пилигрим, 2010. – 488 с.

16 Жукова, Д. А. Проблема СМИ в современном обществе [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека / Д. А. Жукова // Теория и практика общественного развития. – 2008. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/problema-smi-v-sovremennom-obschestve>. – Загл. с экрана.

17 Засурский, Я. Н. Система средств массовой информации России [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / Я. Н. Засурский. – М. : Аспект Пресс, 2001. – Режим доступа : <http://www.evartist.narod.ru/text/61.htm>. – Загл. с экрана.

18 Козлов, С. Г. Основные тенденции развития СМИ в условиях формирования глобального информационного пространства / С. Г. Козлов // Среднерусский вестник общественных наук. – 2008. – № 4. – С. 140 – 144.

19 Корконосенко, С. Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. – М. : Аспект Пресс , 2001. – 287 с.

20 Краткий словарь современных понятий и терминов / Сост.-общ. ред. В. А. Макаренко. – М. : Республика, 2000. – 670 с.

21 Кристева, Ю. Избранные труды: разрушение поэтик [Электронный ресурс] / Ю. Кристева. – М. : РОССПЭН, 2004. – 578 с. – Режим доступа : <http://plr.iling-ran.ru/upload/book_files/kristeva_izbrannye_trudy.pdf>. – Загл. с экрана.

22 Мамаева, А. Г. Лингвистическая природа и стилистические функции аллюзии: автореф. дисс. …канд. филол. наук / Мамаева Алиса Герценова. – М.,1977. – 24 с.

23 Маслова, В. А. Лингвокультурология [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. А. Маслова. – М. : Академия, 2001. – 208 с. – Режим доступа : <https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/maslova/index.php>. – Загл. с экрана.

24 Новожилова, К. Р. Стилистика повествовательного текста: Теоретические и исторические основы: Учебное пособие / К. Р. Новожилова. – СПб. : Издательство СПБУ, 2007. – 100 с.

25 Новохачева, Н. Ю. Стилистический прием литературной аллюзии в газетно-публицистическом дискурсе конца XX – начала XXI веков: дис. …канд. филол. наук / Новохачева Наталья Юрьевна. – Ставрополь, 2005. – 284 с.

26 Павленко, Е. А. Функции аллюзии в британском газетном тексте / Е. А. Павленко // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. – 2013. – № 4. – С. 85 – 89.

27 Пьеге-Гро, Н. Введение в теорию интертекстуальности: Пер. с фр. / Общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. –240 с.

28 Романова, Н. Н. Стилистика и стили: учебное пособие. Словарь / Н. Н. Романова, А. В. Филиппов. – М. : Флинта, 2009. – 416 с.

29 Смирнов, И. П. Порождение интертекста. Элементы интертекстуального анализа с при­мерами из творчества Б. Л. Пастернака. / И. П. Смирнов. – СПб.: СПбГУ, 1995.

30 Соколова, Н. И. Основные характеристики языка современных СМИ / Н. И. Соколова. – М. : ЛитРес, 2019. – 50 с.

31 Супрун, А. Е. Текстовые реминисценции как языковое явление [Электронный ресурс] / А. Е. Супрун // Вопросы языкознания. – 1995. – № 6. – C.17–29. – Режим доступа : <http://www.philology.ru/linguistics2/suprun-95.htm>. – Загл. с экрана.

32 Тухарели, М. Д. Аллюзия в системе художественного произведения: автореф. дис. … канд. филол. наук / Тухарели Майя Дмитриевна. – Тбилиси, 1984.

33 Ушаков, Д. Н. Толковый словарь современного русского языка / Д. Н. Ушаков. – М. : Аделант, 2014. – 800 с.

34 Фатеева, Н. А. Контрапункт интертекстуальности, или Интертекст в мире текстов / Н. А. Фатеева. – М. : Агар, 2000. – 280 с.

35 Фокина, О. В. Интертекстуальность СМИ как когнитивно-вербальный феномен / О. В. Фокина // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2011. – № 6. – С. 699 – 703.

36 Христенко, И. С. К истории термина «аллюзия» / И. С. Христенко // Вестн. Моск. ун-та. – 1992. – № 6. – С. 38 – 44

37 Цыренова, А. Б. Аллюзия как средство выражения авторской интенции / А. Б. Цыренова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. – № 21. – С. 155 – 161.

38 Шалимова, Г. С. Форма новая – проблема старая (об одной модели газетного заголовка) / Г. С. Шалимова // Журналистика и культура русской речи. – 1996. – № 1. – С. 80-90.

39 Щукин, А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий [Электронный ресурс] : (теория и практика обучения языкам) / А. Н. Щукин, Э. Г. Азимов. – Электрон. текстовые дан. – М. : Икар, 2010. – 448 с. – Режим доступа : <http://szlavintezet.elte.hu/russian/segedanyag/tanari_ma_anyagok/azimov_slovar.pdf>. – Загл. с экрана.

40 Ярцева, В. Н. Лингвистический энциклопедический словарь [Электронный ресурс] / В. Н. Ярцева. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – Режим доступа : <http://tapemark.narod.ru/les/>. – Загл. с экрана.