



## РОЛЬ И ФУНКЦИИ АЛЛЮЗИЙ В ЯЗЫКЕ СОВРЕМЕННЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

*Рустамходжаева Мадина Фахриддиновна,  
(Республика Узбекистан, УзГУМЯ),*

В настоящее время, в эпоху цифровой информации, когда потоки новостей захлестывают нас ежесекундно, а границы между фактом и мнением размываются, исследование публицистики приобретает особую значимость. Актуальность изучения публицистики продиктована несколькими ключевыми факторами, тесно переплетающимися с вызовами и возможностями современной реальности.

Во-первых, современные публицистические произведения не просто констатируют факты, а анализируют, интерпретируют и оценивают события, выявляя их скрытые причины и последствия. Изучение публицистики позволяет понять, как общество осмысливает происходящее, какие дискуссии ведутся в его недрах и какие ценности становятся определяющими, т.е. дает возможность реконструировать картину эпохи, понять ее доминирующую идеологию и настроения.

Во-вторых, публицистика – это площадка для дискуссий и столкновения различных точек зрения. В демократическом обществе публицистика играет роль важного канала коммуникации между властью и народом, предоставляя возможность для выражения разных мнений и обсуждения актуальных проблем.

В-третьих, в эпоху развития новых медиа и социальных сетей публицистика переживает трансформацию форм и методов. Появляются новые форматы публицистических произведений, такие как видеоблоги, подкасты, интерактивные репортажи, которые используют мультимедийные



возможности интернета для более эффективного воздействия на аудиторию. Исследование новых форм публицистики позволяет понять, как меняется язык, стиль и способы коммуникации в интернете, какие этические проблемы возникают в связи с развитием новых медиа.

В-четвертых, публицистика – это инструмент формирования общественного мнения и влияния на социальные процессы. Авторы публицистических произведений не просто описывают реальность, но и активно участвуют в ее формировании, предлагая свою интерпретацию, оценку и решение. Зачастую информация и способ ее передачи определяют образ нашего мышления. Поэтому форма и содержание текстов средств массовой информации являются очень важными.

Одной из наиболее заметных и важных языковых особенностей современных средств массовой информации является интертекстуальность, то есть включение в текст других текстов. Это явление не только является способом установления контакта с читателем, апеллируя к его культурному багажу и общим знаниям, но и позволяет автору выразить свою позицию по отношению к определенному явлению или событию, используя чужой текст как инструмент иронии, сатиры или полемики.

Аллюзия, тонкий намек, отсылка к известному произведению, историческому событию или культурному феномену, является одним из наиболее распространенных и выразительных проявлений интертекстуальности. Вплетая в текст знакомые образы, цитаты, мотивы, аллюзия создает сложные связи между произведениями, обогащает смысл и предлагает читателю активную роль в интерпретации. Чтобы понять глубину аллюзии, необходимо обладать определенным культурным багажом, способностью распознавать и сопоставлять различные тексты. Активнее всего аллюзия проявляется в заголовках, являющихся сильной позицией текста. Именно по заголовкам читатель просматривает публикации с тем, чтобы



выбрать интересующий его материал. Рассмотрим несколько примеров использования аллюзии.

*«Мертвые души» из детсада в Ташкентской области заработали почти миллиард сумов* – так звучит заголовок одной из статей новостного канала газеты «Nuz.uz»<sup>1</sup>. Аллюзия на классическое произведение русской литературы сразу привлекает внимание читателя и создает ассоциацию с мошеннической схемой, связанной с фиктивными лицами. С одной стороны, использование аллюзии «Мертвые души» указывает на проблемы в системе дошкольного образования Ташкентской области, т.е. является своего рода сатирическим обличением коррупционных схем, построенных на фиктивных данных. С другой стороны, аллюзия на известное произведение, обличающее социальные пороки, вызывает у читателя негативные эмоции по отношению к коррупционерам и чувство возмущения по поводу того, что средства, предназначенные для детей, разворовываются. Таким образом название становится более экспрессивным и вызывает интерес к содержанию статьи.

Еще один пример – название статьи *«Ахиллесова пята» узбекского нотариата* в газете «Nuz.uz»<sup>2</sup>. Название, содержащее аллюзию, сразу же вызывает вопрос: «В чем же заключается эта «Ахиллесова пята»?» Это побуждает читателя прочитать статью, чтобы узнать, какая именно проблема является наиболее уязвимой точкой в узбекском нотариате. С другой стороны, аллюзия позволяет лаконично выразить сложную мысль об уязвимости системы, не прибегая к пространным объяснениям. Это особенно важно для заголовков, где важна краткость и выразительность. В целом же, использование аллюзии позволяет донести ключевую идею статьи – наличие

<sup>1</sup> Новиков В. «Мёртвые души» из детсада в Ташкентской области заработали почти миллиард сумов. – Ташкент. – №3. – 2021. Электронный ресурс: <https://nuz.uz/2021/01/24/mertvye-dushi-iz-detsada-v-tashkentskoj-oblasti-zarabotali-pochti-milliard-sumov/>

<sup>2</sup> Новиков В. «Ахиллесова пята» узбекского нотариата. – Ташкент. – №3. – 2020. Электронный ресурс: <https://nuz.uz/2020/07/01/ahillesova-pyata-uzbekskogo-notariata/>



слабого места в узбекском нотариате, которое необходимо устранить для обеспечения стабильности и надежности системы.

В заключение следует отметить, что аллюзии в современных СМИ являются мощным инструментом, позволяющим журналистам обогащать текст, вызывать ассоциации и воздействовать на аудиторию. Однако, их использование требует от журналиста хорошего знания культурного контекста, понимания своей аудитории и чувства меры. Только в этом случае аллюзия сможет стать эффективным средством коммуникации и усилить воздействие текста на читателя.