

*Стежко Ю. Г.,**кандидат педагогічних наук,  
доцент кафедри іноземних мов за фахом  
Національного авіаційного університету*

## АЛЮЗИЯ В ПУБЛІЦИСТИЦІ ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ НАРАТИВІВ

**Анотація.** Постмодерністські новації в організації нарративу проявилися в широкому застосуванні стилістичного прийому алюзії як особистісної інтерпретації дійсності. Стрімке зростання ролі mass media у формуванні суспільної свідомості й обумовило потребу дослідження алюзії.

У статті порушується проблема інтертекстуальності алюзії як тексту в тексті та її латентної смислової наповненості. Наводяться визначення алюзії, її різновиди та характеристика зв'язків із прецедентними текстами. На конкретних прикладах розкриваються відмінності алюзій, цитатій та ремінісценцій. Зауважується, що особливість алюзій полягає у тому, що їх декодування, на відміну від інших стилістичних засобів, потребує рефлексії щодо імпліцитно вираженого прецеденту. Розкривається мовно-культурне значення алюзії. Зазначається, що в постмодерністській концептуалізації заперечується фіксована значущість тексту, що смисл тексту твориться у процесі читання як декодування алюзії крізь призму модусу буття особистості, ментальної репрезентації досвіду. За своєю специфікою публіцистика не припускає іншого смислового наповнення нарративу, ніж це передбачено інтенцією наратора. Алюзії надають можливість втілення авторських інтенцій у нарратив, які стають підставою формування читачем симулякра дійсності - постправди. За вдало обраної фокалізації нарративу алюзія як стилістичний прийом публіцистики постає ефективним засобом соціальної інженерії. В такий спосіб досягається об'єктивація журналістської суб'єктивності у суспільну свідомість.

Звертається увага, що алюзивна форма вираження нарративу підсилює рецепцію емотивністю та забезпечує бажане наратору оціночне сприйняття. Відзначається обумовленість свободи слова у публіцистиці відповідальністю за дотримання національних інтересів. Наводяться заповідники від зловживань політикою лібералізму у сфері інформації, від маніпулятивного використання mass media.

**Ключові слова:** алюзія, інтертекстуальність, постмодернізм, нарратив, декодування, фокалізація.

**Постановка проблеми.** Демократичні зрушення у галузі інформаційної політики обумовили медіократизацію суспільства. Зростання ролі mass media значною мірою посприяли розквітанню журналістської креативності, винахідливості у застосуванні стилістичних прийомів інтерпретації дійсності. Тож якщо за часів модерну сферою ужитку алюзії була, головню, художня література, то з експансією постмодернізму у галузь інформаційної культури алюзія як спосіб нарративного подання інформації набула свого поширення і на публіцистику. Постмодерністський вплив істотно змінив характер суспільно-політичного дискурсу, відбулася переоцінка цінностей, зросла роль публіцистики в діалозі влади та суспільства. Як засвідчив аналіз публікацій на суспільно-політичні тематику,

алюзія своєю популярністю завдячує здатності надати художнього забарвлення сухому стилю публіцистики, завдяки чому латентний смисл нарративу краще сприймається та закарбовується у пам'яті читача.

В привабливій, колоритній стилістичній обгортці алюзії за вдало обраного способу організації повідомлення (скажімо, focalization externe, за класифікацією G. Genette) читач наслідую журналістський нарратив.

Отже, «allusion is a powerful writing technique that can help you connect with your audience» [1]. Таким чином алюзії надають можливості наратору підносити власну суб'єктивність на рівень суспільної свідомості. На тлі зростання ролі mass media у формуванні суспільної думки загострюється потреба в дослідженнях стилістичних прийомів публіцистики, зокрема, алюзії.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз наукової літератури засвідчив увагу до проблеми алюзії з боку ряду відомих вчених. Зокрема, варто звернути увагу на здобутки таких вчених як Ю.С. Васейко, Т.В. Кібальнікова, К.К. Нечаєва, Н.В. Никашина, Н.О. Сунько, Н.Д. Супрун, О.І. Єгорова, Ю.В. Крапива, P. Lennon, C. Stein. Утім, на наш погляд, низка питань залишаються дискусійними, зокрема, функціонування та класифікація алюзій, їх ужиток та декодування. Недостатньо висвітленими видаються й особливості перекладу алюзивної інформації.

**Мета дослідження.** Метою нашої розвідки є висвітлення алюзії як стилістичного прийому публіцистики у формуванні суспільної свідомості.

**Методи.** У запропонованій розвідці застосовуємо такі загальнонаукові методи як метод експертних оцінок, сходження від абстрактного до конкретного, дескриптивний метод лінгвістики.

**Методологічною** основою дослідження маємо постмодерністську концептуалізацію лінгвістики та сучасну наратологію.

**Виклад основного матеріалу.** Кожне дослідження має ґрунтуватися на чіткому розумінні основних понять. Тож насамперед спробуємо окреслити основні ознаки алюзії. У первісному значенні поняття «алюзія» (від латинського «alludere») можна тлумачити як грайливість, кепкування, глузування. Наразі ж поняття «алюзія» за усієї її вагомості у смислового наповненні тексту не отримало однастайності щодо визначення. Проте з усього розмаїття визначень нам імпонують влучні формулювання, наведені О. Селівановою та С. Stein, які ми й візьмемо до уваги. Алюзія, – пише О. Селіванова, – це «вияв текстової категорії інтертекстуальності, прийом художньої виразності, що змістовно збагачує текстову інформацію, створюючи чисельні асоціації за рахунок явного натяку на події, факти, реальних осіб, інші тексти, їх персонажів» [2, с. 25]. За С. Stein, «allusion is an implied or indirect reference to a person,

place, event, or circumstance in your writing. With allusion, you don't ever specifically say what the reference may be. Instead, you hint or suggest at what you may be referencing» [1].

Аналіз наведених та інших дефініцій аллюзії дозволяє окреслити істотне в характеристиці аллюзії, а саме – імпліцитне посилення читача до національно-культурного чи інтернаціонального культурного, історичного, художнього, політичного тощо тексту. Практично усі дослідники аллюзії пов'язують її осмислення із так званими прецедентними текстами (текстами-референтами), відзначають інтертекстуальність як ключову характеристику аллюзії. Інтертекстуальність, за словами французької дослідниці Ю. Крістєвої (Kristeva Yu.), означає, що «будь-який текст вбирає у себе інший текст і є реплікою у його бік» [3]. Аллюзія передбачає посилення читача до прецедентного тексту, за що її справедливо визнають текстом у тексті. «Будь-який текст це вбирання та трансформація якогось іншого тексту» [3].

Розглядаючи сутнісну рису аллюзії, таку як інтертекстуальність, не варто залишати поза увагою її схожість з іншими стилістичними прийомами, які також передбачають інтертекстуальні зв'язки і також широко застосовуються для популяризації публіцистики. Аллюзію досить часто уподібнюють то до ремінісценції, то до цитаті. Утім, за усієї схожості зазначених стилістичних форм усе ж вони розрізняються як за виразністю, так і за інтертекстуальністю. Аллюзія не є безпосереднім переказом текстового фрагменту, як це маємо у цитаті, а є лише натяком на нього. «Аллюзія відрізняється від цитати тим, що аллюзивне запозичення має імпліцитний зв'язок з текстом-донором шляхом асоціацій» [4, с. 253]. Дослідниця Н. Сунько за критерій відмінності визнає фактор дослівності, кажучи, що «цитата – це дослівна одиниця відтворення претексту, аллюзія – згадка слова або фрази з претексту» [5, с. 38]. І далі. «Цитатою, – пише вона, – вважають відтворення певного уривка претексту, тоді як аллюзією – покликання не на певний текстовий фрагмент, а на ситуацію, виражену в претексті в цілому або його певній частині» [5, с. 38]. Відтак поняття «аллюзія» і «цитатація» хоч і мають спільне – інтертекстуальний зв'язок із текстом-донором – проте різняться способом рецепції.

Ще більш тонка, ледве помітна межа відділяє аллюзію від ремінісценції, що становить підставу для їх ототожнення. Відмінність між ними полягає у тому, що ремінісценція, на відміну від аллюзії, становить апріорно визначене, психологічно усталене зіставлення аллюзивної інформації із прецедентним текстом. Наприклад, читаємо в інтернеті: «Добре відомий серіал про доктора Хауса є, звісно ж, аллюзією (виділено нами – Ю.С.) на відомого детектива Шерлока Холмса авторства А. Конан-Дойля. Навіть їхні імена перегукуються – Хаус і Холмс, і не тільки їхні (Вілсон та Ватсон, ще й обидва медики)» [6]. Але наскільки правомірним таке зіставлення можна визнати аллюзивним? Як на нас, то за усієї схожості з аллюзією, зазначений авторкою зв'язок між творами підпадає радше під визнання серіалу про доктора Хауса ремінісценцією твору А. Конан-Дойля, позаяк зв'язок виявляється експліцитно, в той час як декодування аллюзії потребує рефлексивного мислення – імпліцитної ретроспекції прецеденту. Але для нашого дослідження головними є не відмінності аллюзії від цитаті та ремінісценції, а її комунікативний потенціал, спроможність впливати на читача.

Отже, аллюзія як лексема чи фразема сама по собі не має комунікативного смислу, зв'язок із читачем здійснюється притаманною їй інтертекстуальністю. «The meaning of a text

is not comprised of the words and phrases in the text, but rather develops through an interactive process between the reader and the text» [7, с. 4]. При цьому автор тексту не вдається до пояснень аллюзії, а покладається на актуалізацію читачем знань прецедентних текстів. Осягнення закодованого в аллюзії смислу відбувається через рефлексію читача щодо імпліцитного посилення до денотату з прецедентного тексту.

Спектр різновидів аллюзій доволі широкий – як з огляду на їх орієнтованість на різні соціальні групи читачів публіцистики, так і розмаїття прецедентних текстів. Як правило, прецедентний ресурс публіцистики становлять літературні, релігійні тексти та історичні події, міфи та промови відомих політиків, державних діячів, антропоніми, топоніми. Наприклад, для аллюзивного позначення певних політичних подій чи характеристики персоналії у політичних текстах відзначається широке залучення як прецедентів біблійних на кшталт «тридцять срібняків» (натяк на зрадництво), «Вавилон» («Вавилон 17» «Вавилон ХХ» «Повернення до Вавилону») в різних смислових інтерпретаціях біблейського «змішування мови». Так само прецедентами є фразеологізми з історії «Троянський кінь», «Клондайк» (наприклад, «Троянський кінь» вже на кордоні), «Український Клондайк» [8, с. 18], натяк на підступність, загрозу). Можна згадати приклади ужитку номінативних антропонімів на кшталт «Рокфеллер» (натяк на багатство), «Сократ» (натяк на мудрість), топонімів: «Содом і Гоморра», «Помпеї» тощо.

Аллюзія – стилістичний прийом, який здатен більш тонко та повно передати усі відтінки гумору, іронії, гротеску, ніж інші стилістичні прийоми. Власне ця її характерна риса й закарбована в первісному визначенні – з латинського «alludere». Ця особливість аллюзії яскраво проявляється у художніх творах. Чудовою ілюстрацією тонкої іронії аллюзії маємо новели О. Генрі. «Тоді ця дама, – кажу я Енді, – вступає в герць з владою Вашингтона з арсеналом п'ятдесяти листів нерозбірливої писанини авторства члена Кабінету, які слали їй, коли їй було п'ятнадцять, вкупі з рекомендаційним листом від бельгійського короля Леопольда» [6]. Письменник іронічно характеризує героїню, натякаючи на репутацію бельгійського короля Леопольда II як відомого ловеласа. (Новели О. Генрі рясніють аллюзіями, а досить часто і самі стають прецедентними текстами в публіцистиці). Осмислення усієї глибини іронії застосованої О. Генрі аллюзії передбачає знання читачем європейської літератури, історії, культури та здатність до сприйняття витонченої іронії автора щодо героїні.

Задля ілюстрації аллюзивних посилань до промов політиків та політичних публікацій можна навести заголовок статті Т. Engelhardt «America Isn't 'Back.' Here's Why» [9], надрукованої у журналі «The Nation», July 28, 2021, у якому безпомилково вгадується натяк на передвиборчі тези президента. Або ж «Famous Allusion Example: I Have a Dream by Martin Luther King, Jr. The Martin Luther King speech *I Have a Dream* begins like this: "Five-score years ago a great American in whose symbolic shadow we stand today signed the Emancipation Proclamation." The use of "Five-Score years ago" in the first sentence alludes to another popular speech by President Abraham Lincoln nearly 100 years earlier» [1]. Аллюзивний текст і прецедентний текст виражають спільну сутність наративу – американський расизм (змінюється лише суб'єктність фразеологізму «*I Have a Dream*»).

Значну роль у публіцистиці відводиться конотації аллюзії, яка становить свого роду другий план. Аллюзивна форма

вираження інформації, разом зі змістом нарративу, містить емотивність, яка підсилює його рецепцію. Наприклад, у фрагменті «prisoners are still being held in Guantanamo, that offshore Bermuda Triangle of injustice...» [9], окрім інформації щодо місцезнаходження в'язнів закладена у тексті алюзивність алегорично доповнює повідомлення емотивним забарвленням, обумовленим репутацією в'язниці Гуантанамо. Так само застосована алюзія у фрагменті тексту «would an Iraqi mushroom cloud have one day risen over New York or some other American city?» [9] навіє екзистенціаль страху, натякаючи на можливе застосування Іраном ядерної зброї.

Стилістичний прийом алюзії супутньо забезпечує бажане наратору оціночне судження щодо предмету, натяку, що обумовлює її популярність у публіцистиці. При цьому вважається, що для представників різних соціальних груп оціночне судження може різнитися, адже «for all people the mechanism of 'encryption' and 'decryption' is different and depends on various reasons, one of which is the different psychology of people» [10, с. 27]. Ми вдалися до широкої ілюстрації інтертекстуальності з тим щоб висвітлити специфіку декодування алюзії.

Дійсно, декодування алюзії проходить крізь свого роду густе сито ментальної репрезентації досвіду, екзистенційного світу читача та лише зрештою прочитане закарбовується у його свідомості. Але журналістам як нікому іншому відома схильність пересічного читача до так званої «економії мислення», відданість простим рішенням. Тож у наведеному прикладі повідомлення про в'язнів Гуантанамо алюзивно закладений потенціал негативізму в оцінці режиму в'язниці - за вдало організованого повідомлення воно не допускає інших асоціацій, окрім закодованих у нарративі читача.

На практиці журналістський нарратив у публіцистиці завжди є конструкцією соціальної інженерії, адже «в нарративі проявляється характер, емоційні стани мовця, його «стратегія», тобто. вплив на читача чи слухача. У нарративі важливою є не стільки сама історія, скільки думка автора історії...» [11, с. 22]. А точка зору наратора підноситься читачеві, як правило, з позицій об'єктивного оповідача (focalization externe). Насправді ж нарратив у публіцистичному формулюванні не є оповіддю неупередженого спостерігача, в нарративі виявляється уся суб'єктивність оповідача, стратегія впливу на читача.

Але декодування алюзії зверненням читача до прецедентного тексту не є дзеркальним відтворенням його смислу. Постмодернізм не визнає фіксованої значущості тексту. Актом творення смислу визнається читання. Насамперед тому, що «when we use allusion in our writing, we may hint at something or casually mention something, but we never go into details or specifics. Instead, we leave it up to the readers to make a connection to the implied reference» [1]. У смислотворенні вважається головним не те, що сказав оповідач, а чого він не сказав. Такою є реальність постмодернізму, за Ж. Деррідою. Вважається, що читач сам доміслить алюзію, виходячи із власних переконань та почуттів. Проте у публіцистиці не усе так очевидно.

Погодьмося, що актом творення смислу є читання, але напрошується питання: наскільки читач самостійний у творенні смислу (який у публіцистиці віддається на розсуд читачеві)? Відповідь – самостійність є у можливості творити постправду (post-truth) як симулякр дійсності. Постправда є феноменом психіки людини як глибоко закарбоване переконання. Більш докладно технологія формування постправди

висвітлена у [12]. Мусимо визнати, що в публіцистиці не те соціальне призначення, щоб поступатися читачеві прерогативою у творенні смислу нарративу. В публіцистичних текстах, як правило, використовується однозначна референція, значно рідше – безвідносна (невизначена) референція. Читачеві за вдало застосованою алюзією та організацією нарративу не залишається простору для його інтерпретації. Тож стосовно публіцистики сумнівним видається твердження F. Marmolejo-Ramos et al.: «What is most remarkable, and often not realized, is that the words on the page merely provide the scaffolding for the meaning of a text. The lion's share of a text's meaning is actually constructed by the reader» [7, с. 4]. Але та левова доля сенсу, яка вважається творінням читача, насправді виявляється технологічно сконструйованою наратором підставою для творення постправди як суб'єктивної інтерпретації уже інтерпретованої журналістами дійсності. Особливість публіцистики у тому й полягає, що її наративи орієнтовані на людину переконань, а не на шукача істини. Формуючи постправду, читач переконується в оволодінні істиною – відбувається самозомбування. Публіцистичні тексти за своїм призначенням формування суспільної думки не залишають читача наодинці перед невизначеністю, свободою інтерпретації журналістського нарративу.

Технологічно конструювання нарративу визначається застосуванням певного типу focalization з розрахунку на ментальність та інтелектуальний рівень читачького соціуму. Скажімо, широко уживаному в українських mass media для алюзивного позначення політичної позиції фразеологізму «між крапельками» можна надати як позитивного, так і негативного конотативного забарвлення в залежності від способу організації повідомлення та контексту. Тож маємо тримати в полі зору, що алюзія у публіцистиці це щось більше, ніж просто художній засіб надати тексту привабливості. «Майже кожен журналістський словотвір знаходить свій відгук у свідомості читачів, незалежно від його відповідності щодо відображення реального стану речей, і надалі він уже живе своїм життям у несвідомому в якості стереотипу сприйняття дійсності» [13, с. 16]. Вдало вкраплена в нарратив алюзія постає потужним засобом соціальної інженерії, здатним за одних намірів проінформувати читача, а за інших – обумовити феномен постправди, ввести читача в оману. Тож національним публіцистам доводиться спростовувати фейки, які розповсюджуються недружніми до України засобами інформації.

Вагомість алюзії як засобу впливу на суспільну свідомість, небезпека поширення фейкових нарративів про українську дійсність варто оцінювати з точки зору доцільності цензурування контенту та відповідальності за відомим принципом – «не нашкодь». Журналістська етика передбачає бачення взаємозв'язку між «суб'єктивним наміром та об'єктивним наслідком», «свободою та відповідальністю», розуміння того, що «дійсна свобода не є благом («ми прокляті нашою свободою», – Ж.-П. Сартр), адже вона пов'язана з тягарем відповідальності» [14, с. 69]. Політична відповідальність публіциста полягає в усвідомленні того, що нарратив як вияв суб'єктивної думки неминуче отримає суспільну оцінку. На жаль, журналісти схильні багато говорити про свободу слова, але мало про відповідальність, а, як відомо, професіоналізм журналіста оцінюється за наслідками його діяльності.

Отже, лібералізація інформаційної політики, вагома роль mass media у формуванні суспільної думки обумовлюють потребу: по-перше, вдосконалення нормативно-правової основи функціонування інформаційних джерел включно з пра-

вом держави на цензурування та заборону; по-друге, запровадження заходів щодо формування високої інформаційної культури суспільства; по-третє, завоювання довіри до національних засобів масової інформації на засадах високої відповідальності та моральності публіцистів. Читач публіцистики має бути свідомим того, що «вірні слова не витончені. Красиві слова не заслуговують на довіру» [15]. Алюзії в публіцистиці передаються, як правило, вражаючи красивими словами.

**Висновки.** Таким чином, алюзія в публіцистиці становить потужний засіб інформаційного забезпечення суспільства. Її потуга як важеля формування суспільної свідомості криється у комунікаційній ефективності дописувача із читачем. Характерна для алюзії легкодоступність, привабливість форми представлення нарративу розкриває широкі можливості реалізації авторських інтенцій як об'єктивізації на читацький загал суб'єктивної інтерпретації дійсності. Зазначене накладає особливу відповідальність на публіциста за наслідки його професійної діяльності. Критерієм рівня професіоналізму журналіста є відповідність наслідків діяльності національним інтересам, служіння незаперечній цінності - державній суверенності.

Запропоноване нами дослідження з ужитку алюзії у публіцистичних практиках має посприяти визначенню заходів правового характеру щодо вдосконалення національної інформаційної політики.

І насамкінець. Наше статейне дослідження не вичерпує уся багатогранність стилістичного прийому алюзії у публіцистиці. Зокрема, поза увагою залишилися питання декодування та перекладу алюзії, потребує розгляду й національно-культурна маркованість алюзій. Тож перспективність теми є очевидною.

#### Література:

- Stein C. Allusion Examples and Why You Need Allusion in Your Writing. 2022. URL: <https://thinkwritten.com/allusion/>
- Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: Довкілля-К. 2011. 844 с.
- Кристева Ю. Бахтин, слово, діалог, роман. *Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму*. 2000. URL: <http://www.philology.ru/literature1/kristeva-00.htm>
- Кібальнікова Т.В. Алюзія як вияв інтертекстуальності в американському феміністичному політичному дискурсі. *Наукові записки ЦДПУ. Серія: Філологічні науки*. Кропивницький: КОД. Вип. 187. 2020. С. 251–256.
- Сунько Н.О. Алюзія як маркер інтертекстуальності в англійськомовному газетному заголовку. *Дис. канд філол наук*, 10.02.04 Чернівці 2015. URL: [http://specrada.chnu.edu.ua/res/specrada/71/dis\\_sunko.pdf](http://specrada.chnu.edu.ua/res/specrada/71/dis_sunko.pdf)
- Беген-Герус Ю. Алюзії або «великодні яйця» перекладу. *Everest. Переклади*. 2017. URL: <https://everest-center.com/alyuziyi-abo-velikodni-yajtsya-perekladu/>
- Marmolejo-Ramos F., Elosúa de Juan M., Gyax P., Madden C. & Mosquera R. In Press, *Pragmatics & Cognition*. Reading between the lines: The activation of embodied background knowledge during text comprehension. 2014. URL: [http://doc.rero.ch/record/209012/files/Marmolejoetal\\_2009\\_preprint.pdf](http://doc.rero.ch/record/209012/files/Marmolejoetal_2009_preprint.pdf)
- Крапива Ю. В. Алюзія в публіцистичному тексті (на матеріалі журнальних статей українського інтернет-видання «Політика і культура»). *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Філологія»*. Вип. 71. 2014. С. 16–19.
- Engelhardt T. America Isn't 'Back.' Here's Why. *The Nation*. 01.08.2021. URL: <https://www.thenation.com/article/world/america-isnt-back/>
- Mahkamova M.R. Modern Problems of Linguistics and Methods of Teaching English. *Obrazovatel'nyj process*. 2018. 1, pp. 26–28. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modern-problems-of-linguistics-and-methods-of-teaching-english>
- Онопrienко В.И. Нарратив как стратегия и практика постмодернистского обновления методологии социогуманитарного знания. *Вісник Національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія*. 2010. № 1. С. 22–25.
- Стежко Ю.Г. Постправа у реаліях інформаційного ландшафту України. *Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Світові конфлікти у XXI столітті: філософська рефлексія соціальних, економічних, екологічних, політичних та релігійних аспектів» 25 жовтня 2018 року в КПІ імені Ігоря Сікорського*, Київ: Тов «НВП Інтерсервіс» 2018. С. 104–106
- Стежко Ю.Г. Фразеологічне новаторство у сучасній українській публіцистиці. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2022 № 53. Т. 2. С. 13–16.
- Стежко З.В., Стежко Ю.Г. Суперечливість свободи та парадокси відповідальності (антропологічний аналіз) *Антропологічні виміри філософських досліджень*. № 13. 2018. С. 65–78. doi: 10.15802/ampr.v0i13.131937
- Лао-Цзы. Дао Дэ Цзин. URL: [http://psylib.org.ua/books/\\_laotz01.htm](http://psylib.org.ua/books/_laotz01.htm)

#### Stezhko Yu., Allusion in pulicism as the way for the implementation of narratives

**Summary.** Postmodern innovations of the narrative organization were manifested in the wide application of the stylistic trick of allusion as a personal interpretation of reality. The rapid growth of the role of mass media in the formation of public consciousness has led to the need to study the allusion.

The paper touches the issue of intertextuality of the allusion as a text within a text and its latent semantic content. Definitions of allusion, its varieties and characteristics of connections with precedent texts are given. Basing certain examples are being revealed differences between allusions, quotations and reminiscences. It is remarked that the allusions feature is in that their decoding, unlike other stylistic means, requires reflection what about an implicitly shown precedent.

The linguistic and cultural designation of allusion is being opened here. It is noted that the postmodern conceptualization denies the fixed significance of a text, that the sense of the text is being created in the process of reading as a process of allusion decoding through the prism of the being modus of personality, the mental representation of the experience. According to its specificity, journalism does not admit a different semantic content of the narrative, than is forecast by the intention of the narrator. Allusion provides an opportunity to implement the author's intentions into his narrative, which becomes a reason for the reader's formation of a simulacrum of the reality - the post-truth. With a well-chosen focalization of the narrative, allusion as a stylistic kind of publicistic appears as an effective method of the social engineering. The objectification of journalistic subjectivity in public consciousness is achieved in this way.

Attention is paid that the allusive form of narrative expression makes stronger a reception using an emotionality and provides the narrator with the desired evaluative perception. It is remarked the conditionality of freedom of speech in journalism by the responsibility for the observance of national interests. Safeguards against abuses of the policy of liberalism in the field of information and manipulative use of mass media are provided.

**Key words:** allusion, intertextuality, postmodernism, narrative, decoding, focalization.