

### ЗАГОЛОВОК-АЛЮЗІЯ: СМИСЛОВИЙ І КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ АСПЕКТИ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ХУДОЖНІХ ТВОРІВ ХХ-ХХІ СТОЛІТЬ)

*У статті розглянуто особливості алюзії як мовленнєвого засобу сучасної художньої літератури, проаналізовано ступінь вивчення питання; викладено точку зору на проблему озаглавлення художніх текстів, в тому числі в когнітивному аспекті, обґрунтовано важливість аналізу заголовків-алюзій у термінах когнітивної парадигми. Запропоновано спробу систематизації алюзивних заголовків залежно від ступеня складності смислових і концептуальних зв'язків між заголовком-алюзією й власне текстом, а також залежно від комбінування когнітивних операцій у процесі сприймання художнього тексту.*

**Ключові слова:** алюзія, алюзивний заголовок, когнітивна операція, сприйняття художнього тексту, адресат, смисловий зв'язок.

**Постановка проблеми.** Алюзія як стилістичний засіб є давно відомим явищем, характерним як для прозових, так і поетичних художніх текстів, проте ця стилістична фігура, як це не дивно, ще не набула достатньо ретельного вивчення. Навіть сам термін вживається не завжди. Так, у роботі, присвяченій проблемам перекладу алюзій, об'єкт дослідження називається реаліями різних тематичних груп [1: 50-56], класичний "Словник лінгвістичних термінів" не містить трактування цього стилістичного прийому [2], у деяких дослідженнях спостерігається отождолення алюзії з іншим стилістичним прийомом – антономазією [3: 176-178]. В окремих дослідженнях, присвячених алюзії, розглядаються її смислові та семантичні види, смислові та стилістичні функції в окремих жанрах текстів, наголошується її спорідненість з натяками [4; 5], проте лінгвістична природа використання алюзії в якості заголовка художнього твору не висвітлюється. Однак робота з численними текстами художніх творів британських і американських авторів свідчить про те, що письменники неодноразово використовують цей прийом для озаглавлення.

Отже, **метою пропонованої розвідки** є вивчення особливостей функціонування алюзії-заголовка в художньому дискурсі в аспекті смислової та концептуальної взаємодії алюзивного заголовка з власне дискурсом.

**Виклад основного матеріалу.** Сучасна вітчизняна лінгвістика розуміє під алюзією мовленнєвий засіб – стилістичний прийом, пов'язаний із використанням у тексті фольклорного, літературного, історичного чи побутового факту, а також відомого афористичного вислову, крилатого слова, ідіоми. Алюзія органічно пов'язана з першоджерелом, де зафіксована її поява. Цей прийом допомагає гранично стисло, зате вичерпно, інколи одним словом вказати на рису людини, особливість події тощо, тісно поєднану з оповіддю, оскільки вона асоціативно виокремлює важливу думку певного контексту [6: 13]. Дослідники відзначають, що алюзія базується на спільних фонових знаннях адресанта та адресата й використовується адресантом для цілеспрямованого прирощення основного змісту повідомлення. При чому традиційною роллю алюзії є мовна гра, проте з позицій когнітивної лінгвістики аналізоване явище може розглядатися глибше як засіб людської когнітивної системи, за допомогою якого здійснюється розуміння й сприйняття одного типу об'єктів і явищ у термінах іншого [4]. Такий підхід повністю відповідає твердженню О. О. Селіванової про концептуальний статус усіх фігур мовлення [7: 142], яке уявляється беззаперечним: адже усі мовленнєві фігури є інтендованими або напівінтендованими адресантом, тому вони ґрунтуються на цілком зрозумілих когнітивних процесах. Підкреслюється, що алюзія не формує нові концепти, а є засобом експліцитної або імпліцитної апеляції до вже відомого концепту, у цьому й полягає її концептуальна функція. В термінах концептуального підходу це мовне явище розглядається як концептуальна алюзія, тобто як концептуально навантажена мовна одиниця, що має алюзивний статус [4]. Вважаємо доцільним зазначити, що у статті концепт розуміємо як складне мовленнєве утворення, в якому виділяються поняттєвий, образний та ціннісний компоненти. Концепти формуються в свідомості людини на основі безпосереднього чуттєвого досвіду, безпосередніх операцій людини з предметами, взаємодії з уже сформованими концептами. Їхнє усвідомлення дає можливість передавати інформацію про них іншим носіям мови / комунікантам, а значимість закріплює в індивідуальному й колективному досвіді важливі характеристики дійсності, які й становлять образно-перцептивну, понятійну та аксіологічну сторони концепту [8: 94, 95]. У даній розвідці пропонується вивчення алюзій на матеріалі зазначених англомовних художніх текстів саме з позицій концептуальної лінгвістики. Огляд протиріч у розумінні й трактуванні концепту в сучасному мовознавстві уявляється недоцільним, оскільки виходить за межі предмету нашого дослідження.

Робота з текстами англомовних художніх творів ХХ-ХХІ століть показує, що алюзія доволі часто використовується як заголовок. Зрозуміло, що це значною мірою детерміновано особливостями авторської

манери письменників: творчий здобуток О. Генрі нараховує 23 % алюзивних заголовків, А. Крісті – 7 %. Проте ці спостереження становлять, на нашу думку, цікавий матеріал для лінгвістичного аналізу.

Щодо заголовка як лінгвістичного факту озаглавлення, цей феномен завжди вважався важливим для аналізу тексту. Адже заголовок – це перша інформація про твір, від якої значною мірою залежить настрої адресата. Тому роль заголовка для художнього дискурсу неодноразово аналізувалася, підкреслювалися різноманітні смислові відношення між заголовком і текстом [9; 10]. Неодноразово наголошувалося, що заголовок є рамковим знаком, який вимагає обов'язкового повернення до себе після завершення читання художнього тексту та який нарощує об'єм свого значення за рахунок безлічі контекстуальних значущостей найрізноманітніших мовних одиниць [11: 3; 12: 138]. Заголовок у своєму остаточному, ретроспективному прочитанні є надзвичайно емним вираженням точки зору автора, суттєвим компонентом, що завершує формування образу автора даного твору [12: 51].

Залучення когнітологічного підходу до аналізу заголовків є доцільним, тому що у будь-якій деталі тексту криється мотивація її появи в даному місці в даний момент, а також у даному вигляді в єдності взаємних зв'язків з іншими елементами тексту / дискурсу. Тому заголовок як компонент тексту з невід'ємними і текстотвірними і текстотвірними властивостями логічно передбачає використання методик когнітивного аналізу.

Прогнозуюча функція заголовків художніх творів полягає в тому, що між заголовком і власне текстом встановлюється проспективно-ретроспективний зв'язок, що зумовлює смислову двоплановість заголовку і надає йому семантичної та смислової багатозначності [13: 187]. Зазначені семантичні та смислові нашарування передбачають підсвідоме залучення як адресантом, так і адресатом, фонових знань, вже сформованих оцінок, інтерпретацій, смислів і т. д. Тому кожний сприйнятий текст стає когнітивним фактором, або цілою сукупністю когнітивних факторів, які керують його сприйняттям. Ці властивості тексту мотивують необхідність нових сучасніших підходів до вивчення художнього тексту в його взаємодії із заголовком: аналізується не тільки сам текст, а художній дискурс, який також залучає процеси створення й сприйняття цього тексту з їх специфічними властивостями.

Вказаний підхід дозволяє особливо виділити нові якості заголовка художнього тексту, а саме його здатність актуалізувати ключовий концепт художнього твору [12: 133; 14: 29-32]. Проведений нами аналіз свідчить про те, що особливості проспективно-ретроспективних взаємин між алюзивним заголовком і побудовою смислів дискурсу, а також семантико-лексична репрезентація цих зв'язків у тексті твору безпосередньо можуть бути достатньо різноманітними.

У смисловому аспекті уявляється цікавим дослідити, які саме види алюзій функціонують як заголовок. Наразі існує достатньо багато класифікацій алюзій, які ґрунтуються на смислових, структурно-семантичних або функціональних засадах. Найбільш детальною тематичною класифікацією вважаємо список тематичних класів алюзій з 11 позицій, запропонований Н. Ю. Новохачьовою: 1) літературно-художні; 2) фольклорні; 3) кінематографічні; 4) пісенні; 5) газетно-публіцистичні; 6) крилаті; 7) офіційно-ділові; 8) інтермедіальні; 9) біблієзми; 10) наукові алюзії; 11) контаміновані експресами [15:116-124]. Велика група традиційно вирізняваних алюзій – власних імен (тобто антропоніми, зооніми, топоніми і т. д.) вивчаються дослідницею всередині декількох названих класів.

Було виявлено, що алюзивні заголовки (усього 275) достатньо часто містять:

- літературно-художні алюзії – 37 % (наприклад: *"Labours of Hercules"*, *"Nemesis"* (A. Christie), *"Monsignor Quixote"* (G. Greene), *"Telemachus, Friend"*, *"The Handbook of Hymen"* (O. Henry) та інші);
- біблійні алюзії – 19 % (наприклад: *"The Gift of the Magi"* (J. Henry), *"The Power and the Glory"*, *"The Root of All Evil"* (G. Greene), *"Promised Land"* (M. Conlon-McKenna), *"A Handful of Dust"* (E. Waugh) та інші);
- алюзії з крилатих виразів – 17 % (наприклад: *"The Moment of Truth"* (G. Greene), *"Sandcastle"* (I. Murdoch), *"The Hand that Rules the World"*, *"The Fifth Wheel"* (O. Henry), *"Great Possibilities"* (J. Collier), *"The Winter of Our Discontent"* (J. Steinbeck) та інші);
- пісенні алюзії – 11 % (наприклад: *"The Rose of Dixie"* (O. Henry), *"Hickory Dickory Dock"*, *"Five Little Pigs"* (A. Christie) та інші).

Зазначено також нечисленні випадки використання для озаглавлення фольклорних (наприклад: *"The Rainmaker"* (J. Grisham), *"The Head-Hunter"* (O. Henry), наукових (наприклад: *"Proof Positive"*, *"Burnt-Out Case"* (G. Greene) і офіційно-ділових алюзій (наприклад: *"S.O.S."* (A. Christie), *"The Memento"* (O. Henry)). Інших тематичних класів алюзій у функції заголовка відзначено не було.

Особливий інтерес становлять, на наш погляд, мовленнєві способи актуалізації смислових зв'язків алюзивного заголовку з подальшим дискурсом в аспекті створюваних автором умов для розпізнавання алюзивного знаку. Зрозуміло, що в процесі сприйняття адресатом тексту з заголовком-алюзією беруть участь усі когнітивні операції, притаманні обробці вербальної інформації на емпіричному рівні: аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, класифікація [16]. Проте активність кожної із них виявилася залежною від ступеня прозорості й складності взаємозв'язків алюзивного заголовку й власне тексту в художньому дискурсі. Крім того, варто підкреслити участь когнітивної операції домислювання, властивої процесам обробки образної інформації [16], адже кожний художній текст – це складна система образів, витвір

мистецтва. Саме ступінь активності операції домислювання важливий для подолання складностей у сприйнятті тексту в термінах когнітивної діяльності.

Можна виділити декілька ступенів вказаної прозорості-складності.

1. Простий алюзивний зв'язок, який спостерігається для дискурсів, де лексичне наповнення заголовка актуалізується в тексті (часто неодноразово) у вигляді простого або понятійного повтору. Прикладом може слугувати гумористичне оповідання *"The Tooth, the Whole Tooth and Nothing but the Tooth"* (R. Ch. Benchley), яке має заголовком алюзію на крилатий вираз – традиційну клятву, проголошену свідками в американських й англійських судах: *The truth, the whole truth, nothing but the truth*. Текст оповідання містить численні вживання простого й понятійного повтору:

*Some well-known saying is proved by the fact that everyone likes to talk about his experiences at the dentist's.*

*This sort of thing has been going on since the first mammoth gold tooth was hung out as a bait to folks in search of a good time.*

*However many years it may be that dentists have been plying their trade, in all that time people have never tired of talking about their teeth.*

Сприйняття такого алюзивного заголовку передбачає участь усіх типових когнітивних операцій, проте домислювання може бути залучено мінімально: побудова тексту достатньо прозора для адекватного розуміння.

2. Смисловий зв'язок "від супротивного", при якому когнітивний смисл алюзивного заголовка вступає у протиріччя зі смислом тексту, часто для досягнення іронічного ефекту. Прикладом є назва циклу оповідань *"Labours of Hercules"* (A. Christie), літературно-художня алюзія на відомий давньогрецький міф про 12 видатних вчинків героя Геракла, які прославили його на всю країну. Єдиним лексичним зв'язком тексту й заголовку є ім'я головного персонажа, Hercule Poirot. Усі інші компоненти смислової подібності лежать у площині порівняння подій оповідань та міфу-джерела: цикл складається з 12 оповідань, кожне з яких розповідає про роботу детектива над справою, проте настільки незначною, що її й злочинном назвати не можна. Тобто подвиги виявляються просто мізерними.

При сприйнятті текстів цієї групи адресатом особливого значення набувають когнітивні операції порівняння та узагальнення, з достатньо вагомою часткою домислювання.

3. Складний полікомпонентний зв'язок, що спостерігається здебільшого у дискурсах з так званім відкритим фіналом. Було зазначено, що алюзивний заголовок таких творів практично ніяк не актуалізується в тексті лексичними засобами, базовий концепт твору ніби пронизує весь контекст, створюючи смислові й емоційні асоціації із семантикою джерела алюзії і постійно набуваючи нових смислових нашарувань. Яскравим прикладом такого озаглавлення є роман *"Burnt-Out Case"* (G. Greene), де заголовком виступає наукова алюзія без трансформацій і смислових додатків. Головний персонаж роману – творча людина, відомий і визнаний митець у стані професійної й душевної кризи. Він втратив будь-які творчі ідеї й бажання творити, тому він їде до Африки, щоб познайомитися з життям людей у колонії для прокажених (яких він справедливо вважає більш знедоленими й виснаженими життям, ніж він сам) і в такий спосіб пом'якшити оточення й розірвати старі суспільні контакти. В Африці він зустрічає цілу галерею виснажених – хворих на проказу пацієнтів, їхніх лікарів, які не відчувають професійного задоволення навіть у випадках припинення хвороби у пацієнтів, білих плантаторів, що живуть у тій місцевості й повільно багатіють, вигоряючи зсередини й втрачаючи сенс існування. Письменник майстерно показує, що не всі вони усвідомлюють власну душевну кризу, і оповідь про кожний смисловий кризовий ланцюжок індивідуалізована. Проте настрої зневірення у приємні майбутні події й власні сили пронизує всю текстову тканину роману, актуалізуючи його ключовий концепт ЗНЕВІРЕННЯ / ЗНЕСИЛЕННЯ з акцентом на його різні слоти. Таким чином, адресат змушений постійно домислювати численні смисли окремих речень, абзаців, підрозділів тексту, когнітивна операція домислювання постійно нашаровується на базові операції аналізу, порівняння, узагальнення тощо.

Можна стверджувати, що для таких дискурсів саме операція домислювання є провідною в процесі сприйняття тексту твору, причому таке домислювання надзвичайно індивідуалізоване й залежить не тільки від фонових знань і зацікавленості адресата, а й від його системи цінностей і вресhti-решт, від його персональної картини світу.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Пропонована розвідка свідчить про доцільність вивчення алюзивних заголовків художніх текстів, які налічують низку смислових класів й демонструють значну різноманітність смислових і концептуальних відношень з власне текстом твору. Кожний тип таких відношень може бути предметом окремого дослідження. Залучення методик когнітивного аналізу для вивчення зв'язків базового концепту твору з алюзивним заголовком і власне текстом, а також дослідження конкретних мовленнєвих способів актуалізації як ключового концепту, так і цих зв'язків може зробити цікавий внесок у вивчення когнітивної природи сприйняття художніх текстів адресатом і засобів текстового впливу на нього.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Влахов С. Непереваемое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М. : Международные отношения, 1980. – 343 с.
2. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М. : Советская энциклопедия, 1966. – 607 с.
3. Стилистика английского языка / [Мороховский А. Н., Воробьева О. П., Лихошерст Н. И., Тимошенко З. В.]. – К. : Вища школа, 1984. – 248 с.
4. Лавриненко О. О. Алюзивна об'єктивізація концептів прецедентних текстів (на матеріалі англійських публіцистичних текстів) [Електронний ресурс] / О. О. Лавриненко. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/April2011\\_1/Lavrynenko.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/April2011_1/Lavrynenko.pdf).
5. Дронова Е. М. Стилистический прием аллюзии в свете теории интертекстуальности : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Дронова Е. М. – Воронеж, 2006. – 182 с.
6. Словник тропів і стилістичних фігур / [автор-укладач В. Ф. Святовець]. – К. : Академія, 2011. – 176 с.
7. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации / Е. А. Селиванова. – К. : Брама, 2004. – 335 с.
8. Карасик В. И. Концепты-регулятивы / В. И. Карасик // Язык, сознание, коммуникации : [сб. статей] / [отв. ред. В. В. Красных и А. И. Изотов]. – М. : Макс Пресс, 2005. – Вып. 30. – С. 94–109.
9. Лотман Ю. М. Текст у тексті / Ю. М. Лотман ; [пер. з рос.] // Слово. Знак. Дискурс. Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. – Львів : Літопис, 1996. – С. 430–441.
10. Кухаренко В. А. Интерпретация текста : [учебное пособие] / В. А. Кухаренко. – Л. : Просвещение, 1979. – 327 с.
11. Артемова Л. В. Заголовок як маркер експресивності сучасної аналітичної статті / Л. В. Артемова // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики : [зб. наук. пр.]. – К. : Логос, 2007. – Вип. 12. – С. 3–6.
12. Кухаренко В. А. Інтерпретація тексту / В. А. Кухаренко. – Вінниця : Нова книга, 2004. – 272 с.
13. Кузнєцова І. Концептуальний аспект озглавлювання (на матеріалі сучасного англійського дискурсу) / І. Кузнєцова, Г. Кузнєцова // Наукові записки. Серія : Філологічні науки (мовознавство). – Вип. 89 (5). – Кіровоградськ. держ. пед. ун-т імені Володимира Винниченка, 2010. – С. 186–190.
14. Emmott C. Experience of Reading. Cognition, Style, Affect and Social Space / C. Emmott // Textual Secrets. The Message of the Medium. Proceedings of the 21st PALA Conference, (April 12-15, 2001). – Budapest : School of English and American Studies. Eötvös Loránd University, 2001. – P. 29–42.
15. Новохачева Н. Ю. Стилистический прием аллюзии в газетно-публицистическом дискурсе конца XX – начала XXI веков : дисс. ... канд. филол. наук / Новохачева Н. Ю. – Ставрополь, 2005. – 198 с.
16. Гилев А. А. Систематизация когнитивных операций [Електронний ресурс] / А. А. Гилев // Вестник Самарканд. гос. тех. ун-та. – Вып. 5. – 2010. – Режим доступу : [topreferat.znate.ru/doc/index-5203.html?page=5](http://topreferat.znate.ru/doc/index-5203.html?page=5).

## REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Vlahov S. Neperevodimoe v perevode [Non-Translated in the Translation] / S. Vlahov, S. Florin. – M. : Mezhdunarodnye otnosheniya, 1980. – 343 s.
2. Akhmanova O. S. Slovar' lingvisticheskikh terminov [Dictionary of Linguistic Terms] / O. S. Akhmanova. – M. : Sovetskaya entsiklopediya, 1966. – 607 s.
3. Stilistika angliyskogo yazyka [Stylistics of the English Language] / [Morokhovskiy A. N., Vorobiova O. P., Likhosherst N. I., Timoshenko Z. V.]. – K. : Vyshcha shkola, 1984. – 248 s.
4. Lavrynenko O. O. Aliuzivna ob'ektyvizatsiya kontseptiv pretsedentnykh tekstiv (na materialy anglomovnykh publitsystychnykh tekstiv) [Allusive Objectivization of Concepts of Precedent Texts (on the Material of English-Language Publicistic Texts)] [Elektronnyy resurs] / O. O. Lavrynenko. – Rezhym dostupu : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/April2011\\_1/Lavrynenko.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/April2011_1/Lavrynenko.pdf).
5. Dronova Ye. M. Stilisticheskiy priyom allyuzii v svete teorii intertekstual'nosti. [Stylistic Device of Allusion in Terms of Intertextual Theory] : diss. ... kand. filol. nauk : 10.02.04 / Ye. M. Dronova. – Voronezh, 2006. – 182 s.
6. Slovnyk tropiv i stylistychnykh figur [The Dictionary of Tropes and Figures of Speech] / [avtor-ukladach F. V. Sviatovets']. – K. : Akademiya, 2011. – 176 s.
7. Selivanova Ye. A. Osnovy lingvisticheskoy teorii teksta i kommunikatsii [Basic Linguistic Theory of Text and Communication] / Ye. A. Selivanova. – K. : Brama, 2004. – 176 s.
8. Karasik V. I. Kontsepty-regulyativy [Regulative Concepts] / V. I. Karasik // Yazyk, soznanie, kommunikatsiya [Language, Consciousness, Communication] : [sb. statey] / [otv. red. V. V. Krasnykh i A. I. Izotov]. – M. : Maks Press, 2005. – Vyp. 30. – S. 94–109.
9. Lotman Yu. M. Tekst u teksti [Text within Text] / Yu. M. Lotman ; [per. z ros.] // Slovo. Znak. Diskurs. Antologiya svitovoyi literaturno-krytychnoyi dumky XX st. [Word. Sign. Discourse. Anthology of World's Literary Critical Thought of the XX Century]. – L'viv : Litopys, 1996. – S. 430–441.
10. Kukhareno V. A. Interpretatsiya teksta [Text Interpretation] : [uchebnoe posobie] / V. A. Kukhareno. – L. : Prosveshchenie, 1979. – 327 s.
11. Artiomova L. V. Zagolovok yak marker ekspresyvnyosti suchasnoyi analitychnoyi statyi [Headline as an Expressive Potential Marker of a Modern Analytical Article] / L. V. Artiomova // Problemy semantiki, pragmatiki ta kognityvnoyi lingvistyky : [zb. nauk. pr.]. – K. : Logos, 2007. – Vyp. 12. – S. 3–6.
12. Kukhareno V. A. Interpretatsiya tekstu [Text Interpretation] / V. A. Kukhareno. – Vinnytsia : Nova knyga, 2004. – 272 s.
13. I. Kuznetsova Kontseptual'nyy aspekt ozglavlyuvannia (na materialy suchasnogo anglomovnoho dyskursu) [Conceptual Aspect of Headlining (on the Material of the Contemporary English-Language Discourse)] / I. Kuznetsova, G. Kuznetsova // Naukovi zapysky. Seriya : Filologichni nauky (movoznavstvo) [Scientific Notes. Series : Philological

- Sciences (Linguistics)]. – Вып. 89 (5). – Kirovogradsk. derzh. ped. un-t imeni Volodymyra Vynnychenka, 2010. – S. 186–190.
14. Emmott C. Experience of Reading. Cognition, Style, Affect and Social Space / C. Emmott // Textual Secrets. The Message of the Medium. Proceedings of the 21st PALA Conference, (April 12-15, 2001). – Budapest : School of English and American Studies. Eötvös Loránd University, 2001. – P. 29–42.
15. Novokhachiova N. Yu. Stilisticheskiy priyom alliuziyi v gazetno-publitsisticheskom diskurse kontsa XX – nachala XXI vekov [Allusion as a Stylistic Device in the Newspaper-Publicistic Discourse of the Late XX – Early XXI Centuries] : diss. ... kand. filol. nauk / Novokhachiova N. Yu. – Stavropol', 2005. – 198 s.
16. Gilev. A. A. Sistematzatsiya kognitivnykh operatsiy [Systematic Approach to Cognitive Operations] [Elektronnyy resurs] / A. A. Gilev // Vestnik Samarkand. gos. tekhn. un-ta [Samarkand State Technical University Journal]. – Вып. 5. – 2010. – Rezhym dostupu: [topreferat.znate.ru/doc/index-5203.html?page=5](http://topreferat.znate.ru/doc/index-5203.html?page=5).

Матеріал надійшов до редакції 07.08. 2014 р.

**Кузнецова И. В. Заголовок-аллюзия: смысловый и концептуальный аспекты  
(на материале англоязычных художественных произведений XX – XXI веков).**

*В статье рассматриваются особенности аллюзии как речевого средства современной художественной речи, анализируется степень изученности вопроса; излагается точка зрения на проблему озаглавливания художественных текстов, в том числе в когнитивном аспекте, обосновывается важность анализа заголовков-аллюзий в терминах когнитивной парадигмы. Предлагается попытка систематизации аллюзивных заголовков в зависимости от степени сложности смысловых и концептуальных связей между заголовком-аллюзией и собственно текстом, а также в зависимости от комбинации когнитивных операций в процессе восприятия художественного текста.*

**Ключевые слова:** аллюзия, аллюзивный заголовок, когнитивная операция, восприятие художественного текста, адресат, смысловая связь.

**Kuznetsova I. V. Allusion as a Title: Notional and Conceptual Approach  
(on the Material of English-Language Belles-Lettres Texts of the XX-XXI Centuries).**

*The article deals with the problem of allusion as a speech device in the modern belles-lettres works on the basis of the analysis of the allusions investigation as to their semantic, functional and textual features. The problem of headlining in the text creation is touched upon, and the importance of the headlining' study in terms of the conceptual-cognitive paradigm is formulated, the basic thesis being that a headlining expresses the basic concept of the text. About 300 allusions used as the text heading are analyzed, together with their relative semantic frequency, and the data of this frequency is suggested. The study is accompanied with the decent number of examples. With the usage of cognitive operations notions the grouping of the texts headed by allusions is suggested, the main point being the degree of complexity in correlations between the basic concept of the text as embodied by the allusive heading and the body of the text proper. This analysis is undertaken concerning the relative participation of certain cognitive operations, applied by an addressee, in the process of the text comprehension. Thus three groups of allusive titles and texts are singled out: 1) with the simple allusive connection; 2) with the "oppositional" sense connection; 3) with the complex policomponent connection; with the general characterization of each group. The article also includes the perspectives of further research.*

**Keywords:** allusion, allusive heading, cognitive operation, belles-lettres anticipation, addressee, notional correlation.