

¹А.Б. Альжанова , ²М. Альжанов 

¹к.ф.н., Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы,
e-mail: aljanova.aigerim@gmail.com

²магистрант факультета журналистики Казахский национальный университет им. аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, adam1225@mail.ru

КОМИЧЕСКИЙ ДИСКУРС РУССКОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ КАЗАХСТАНА

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию лингвистического аспекта сатиры и юмора в русскоязычной прессе Казахстана. Авторы статьи ставят цель – комплексно описать средства создания сатиры и юмора в русскоязычной прессе Казахстана. Выбор комического дискурса в прессе Казахстана как объекта исследования не случаен. Исследовательский интерес к рассмотрению газетного стиля, его прагматического аспекта, функциональной и жанровой специфики вызван стремлением лучше понять сущность смеющегося человека. В связи с этим в данной статье рассматривается поуровневая система классификации средств выражения сатиры и юмора, принципы и приемы их анализа, что объясняется сложностью лингвистической природы комического. Русскоязычная пресса Казахстана работает в условиях взаимодействия разных культур, что усиливает проблему адекватно-аутентичного восприятия и осознания комического, так как речь идет о реципиентах, которые представляют собой разные лингвокультурологические связи. Как известно, в процессе перевода безусловно присутствует метаязыковая обусловленность прагматики ментальных перформативных высказываний. Таким образом, комплексное изучение особенностей языка и стиля русскоязычной прессы Казахстана, средств выражения сатиры и юмора, смыслового взаимодействия структуры газетного текста с комической направленностью представляет не только научный интерес, но и практическую ценность. Благодаря приему сплошной выборки центральных газетных материалов, контент-анализа были выявлены новые грани языкового мастерства казахстанских журналистов, в которых естественные события с помощью конструирования некой системы явлений, системы слов могли вызвать комический эффект.

Ключевые слова: сатира, юмор, пресса Казахстана, лингвистический аспект, заголовки.

¹A.B. Alzhanova, ²M. Alzhanov

¹Candidate of Philological Sciences, al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty, e-mail: aljanova.aigerim@gmail.com;

²undergraduate of the Faculty of Journalism, al-Farabi Kazakh National University.
Kazakhstan, Almaty, e-mail: adam1225@mail.ru

Comic discourse of the russian-language press of Kazakhstan

Abstract. This article is devoted to the study of the linguistic aspect of satire and humor in the Russian-language press of Kazakhstan. The authors of the article aim to comprehensively describe the means of creating satire and humor in the Russian-language press of Kazakhstan. The choice of comic discourse in the press of Kazakhstan as an object of study is not accidental. Research interest in considering the newspaper style, its pragmatic aspect, functional and genre specificity is caused to better understand the essence of a laughing man. In this regard, this article discusses a layered system for classifying the means of expressing satire and humor, the principles and methods of their analysis, which is explained by the complexity of the linguistic nature of the comic. The Russian-language press of Kazakhstan works under the conditions of interaction of different cultures, which reinforces the problem of adequately-authentic perception and awareness of the comic, as we are talking about recipients, which are different linguistic and cultural relations. And, as you know, in the process of translation there is certainly a metalanguage conditionality of the pragmatics of mental performative utterances. This means that studying the features of the language and style of the Russian-language press of Kazakhstan comprehensively, and, in particular, the means of expressing satire and humor, the semantic interaction of the structure of a newspaper text with a comic orientation is not only of scientific interest, but also of practical value. Thanks to the reception of a continuous selection of central newspaper materials, content analysis, new facets of the language skills of Kazakhstani journalists were revealed, which natural events, using the construction of a certain system of phenomena, a system of words, could cause a comic effect.

Key words: satire, humor, press of Kazakhstan, linguistic aspect, headlines.

¹А.Б. Альжанова, ²М. Альжанов

¹филол.ғ.к., әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., е-mail: aljanova.aigerim@gmail.com;

²магистрант, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., е-mail: adam1225@mail.ru

Қазақстандағы орыс тілді баспасөздегі сатиралық дискурс

Андатпа. Бұл мақала Қазақстанның орыс тілді баспасөзіндегі сатира мен әзілдің лингвистикалық аспектісін зерттеуге бағытталған. Мақаланың авторлары Қазақстанның орыс тілді баспасөзінде сатира мен юморды жасаудың тәсілдерін сипаттайды. Зерттеу нысаны ретінде Қазақстан баспасөзіндегі әзілді дискурстың таңдалуы кездейсоқ емес. Газет стилін, оның прагматикалық аспектісін, функционалды және жанрлық ерекшелігін зерттеуге деген қызығушылық күлетін адамның мәнін жақсы түсінуге себеп болады. Сондай-ақ, сатира мен әзілдің классификациялық құралының деңгей жүйесін білдіру, олардың талдау қағидалары мен сараптау тәсілдерін қарастыру аталмыш әзілдің лингвистикалық сипатының күрделілігін меңзейді. Қазақстандағы орыс тілді баспасөзі алуан түрлі мәдениеттің өзара әрекеттесуі нәтижесінде жұмыс істейтіндіктен, сонымен қатар, әртүрлі лингвомәдениеттік байланысты көрсететін реципиенттер туралы сөз болғандықтан, әзілді жеткілікті дәлдікпен және шынайы қабылдау проблемасын күшейтеді. Аударма процесінде ментальді перформативті пікір прагматикасының метатілдік тәуелділігінің туындайтыны бәрімізге мәлім. Яғни, Қазақстандағы орыс тілді баспасөздің тілі мен стилінің ерекшеліктерін зерттеу жан-жақтылықты талап етеді, атап айтқанда, сатира мен әзілді білдіру құралының, газеттегі мәтін құрылымының юморлық бағытта семантикалық өзара әрекеттесуі тек ғылыми қызығушылықты тудырмайды, сонымен қатар, тәжірибелік құндылықты білдіреді. Орталық газет материалдарын үздіксіз іріктеудің, контент талдаудың көмегімен, қазақстандық журналистердің тіл шеберлігінің жаңа қырлары ашылып, бұл құбылыс сөз жүйесін қолдана отырып, сатиралық эффекті тудыру мүмкіндігін береді.

Түйін сөздер: сатира, әзіл, Қазақстан баспасөзі, лингвистикалық аспект, тақырыптар.

Введение

Сатира и юмор в прессе Казахстана остаются малоизученными. Современная лингвистика на волне «коммуникативного» подъема пополнилась исследованиями, рассматривающими различные аспекты языкового дискурса. Внимание ученых к коммуникативной деятельности человека побудил исследовательский интерес к рассмотрению газетно-публицистического стиля, его прагматического аспекта, функциональной и жанровой специфики.

В жизни каждого человека присутствуют юмор, сатира и потому эта тема всегда остается актуальной для исследования. Вопрос о самом понятии комического до сих пор считается одним из самых противоречивых и дискуссионных. Комическое ассоциируется с определением «смешное» и «юмор». Исследователь Б. Дземидок утверждал, что нельзя использовать «смешное» и «юмор» как синонимичные понятия, так как «смех» употребляется в более широком смысле, тогда как «юмор» используется в узком смысле.

Рассмотрение комического имеет разный подход в журналистике, лингвистике, психологии, социологии и так далее, исходя из особенностей и методологии наук. При изучении феномена комического важную роль играют объект и предмет, от них зависит трактовка дей-

ствующего смысла как комического. В связи с этим *объектом исследования* явились сатира и юмор в русскоязычной прессе Казахстана. А средства создания юмора, сатиры, иронии, сарказма послужили *предметом* изучения.

Лингвистический аспект изучения сатиры и юмора в русскоязычной прессе Казахстана остался без должного внимания. Авторы статьи ставят *цель* комплексно описать средства создания сатиры и юмора в русскоязычной прессе Казахстана.

Материал и методы

Материалом для исследования послужили центральные газетные тексты в разном жанровом своеобразии, отражающие в своей динамике лингвистическую природу сатиры/юмора. Для анализа привлекались также заголовки. Выбор хронологического пространства (2017, 2018, 2019 гг.) объясняется тем, что этот период характеризуется изменениями политического, экономического, социального характера в республике, повлиявшими на развитие языка средств массовой информации.

В работе были использованы лингвистический метод – синхронно-описательный, наблюдение, анализ слов и конструкций, метод дискурс-анализа, комплексный подход к анализу медиатекстов.

Благодаря приему сплошной выборки фактического материала, лингвостилистического и синхронно-описательного метода были выявлены новые грани языкового мастерства казахстанских журналистов, которые могут оказаться полезными в журналистской практике, способствовать повышению действенности сатирической журналистики, совершенствованию ее изобразительно-выразительных возможностей.

Методологической основой исследования явился системный подход, который включает лингвистический, когнитивный и прагматический подходы.

Обзор литературы

Базовую основу исследования особенностей казахской сатиры заложил Т. Кожакеев. Долгое время Кожакеев Т. в одиночку занимался проблемами истории казахской сатиры, автор более 200 статей, художественно-публицистических очерков и фельетонов. До конца своей жизни Кожакеев был президентом объединения казахских сатириков при Союзе Писателей Казахстана. В плане общих особенностей газетно-публицистический стиль активно исследовали В.Г. Костомаров, М.И. Стюфляева, Е.И. Пронин, М.Н. Кожина, Л.А. Киселева, А.Н. Васильева, Г.С. Мельник, Е.П. Прохоров и другие. А в плане стилистики отдельных жанров В.Н. Вакуров, Г.Я. Солганик, В.П. Вомперский и другие.

Работы Ю.А. Сорокина, Е.М. Верещагина, И.В. Арнольд, Ю.Н. Караулова на базе междисциплинарных исследований – социолингвистики, этно- и психолингвистики, прагмалингвистики позволили раскрыть логико-концептуальные связи в языке газетно-публицистического стиля с учетом сложного комплекса прагматических, синтагматических и семантических факторов.

Исследования В.А. Исенгалиевой, Б.Х. Хасанова, З.К. Ахметжановой, Б.Ж. Раимбековой, Г.К. Ихсангалиевой рассматривают лексику газетно-публицистического стиля в сопоставительном плане в условиях функционирования в Казахстане казахско-русского двуязычия.

Исследование Ноеу (2005) затрагивает юмористические/сатирические заголовки с точки зрения корпусной лингвистики. Сатира была во все времена у всех народов. Ее элементами насыщены произведения в различных жанрах. Сатира дает о себе знать в политических мультфильмах, выпусках новостей, фильмах, телевизионных шоу (LaMarre et al. 2009; Nilsen and Nilsen 2008; Simpson 2003; Skalicky and Crossley 2015; Stewart 2013).

Современные исследования сатирического юмора состоят из исследований ученых, изучающих коммуникации (Boukes et al. 2015; Johnson et al. 2010; LaMarre et al. 2009, 2014; Lee and Kwak 2014), где особое внимание уделяется роли контекстуальной информации.

Юмор и сатира с точки зрения лингвистической структуры, когнитивного процесса рассматривается в работах следующих авторов Dynel (2009), Forabosco (1992, 2008), Ritchie (2004, 2009); Suls (1983); Yus (2003, 2017); Partington (2009); Goatly (2012, 2017).

Обсуждение

Для анализа был отобран газетный текст, имеющий комическое направление с наличием осуждения и высмеивания. В соответствии с контентом публикуемые материалы на страницах центральной прессы Казахстана данного направления условно разделены на две группы, выполняющие социальную и общественно-значимую функцию: социальные и семейно-бытовые. Социальная группа ярче выражена конфликтностью сюжета, сатирическим обличением разных явлений действительности. В семейно-бытовой группе тесно переплетаются сатира и юмор, присутствует добродушный жизнерадостный смех.

Часто сатира и юмор нарушают общепринятые нормы литературного языка при создании комического эффекта.

К примеру, Б.О. Дземидок отмечает, что «даже ненамеренное коверканье, неверное произнесение слов, неправильная конструкция фраз вызывают улыбку» (1974).

Как считают Р.А. Будагов (1946) и В.М. Черняева (1957), комическую экспрессию усиливают неожиданность, непредвиденность в обновлении привычных словесных сцеплений.

И. В. Арнольд (1999), исследуя лингвистический механизм комического эффекта, считает, что речь идет преимущественно об эффекте обманутого ожидания.

При изучении лингвистической природы комического стоит отметить, что языковой комизм основывается на «нарочитом нарушении языковых норм», «эффекте обманутого ожидания», «несоответствии способа изложения предмету речи», «контрасте», «гиперболе», «нарушении семантического согласования», «предметно-языковом несоответствии».

Изучение средств создания юмора/сатиры в казахстанской русскоязычной прессе обязатель-

но сопряжено с выделением определенных ее лингвистических доминант, так как она наиболее подвержена разного рода модификациям.

Русскоязычная пресса Казахстана обладает рядом специфических черт, обусловленных тематической ориентированностью, стилевыми особенностями, коммуникативной направленностью и информационными потребностями. Семантические своеобразия словоупотребления здесь представлены в виде соединения экспрессии и стандарта.

Все газетные материалы можно разделить условно на две группы – информационные и неинформационные. В информационных текстах констатирует факт события без какой-либо оценки. В неинформационных текстах журналисты выражают точку зрения, оценивают факты, события, делают выводы активно используя экспрессивные средства.

Язык периодики испытывает стилистические и семантические изменения, отражающие через лексику перемены в политической, экономической, социальной сторонах жизни республики. Нормой стали новые традиции газетного словоупотребления, выражающиеся в широкой интерпретации общеупотребительной, специальной систем языка. Активно используются словосочетания образно-идиоматического содержания. На синтаксическом уровне наблюдается тенденция к упрощению.

Газетные материалы передают информацию, которая представляет собой совокупность текстовых и внеязыковых пресуппозиций, отражающих культурное наследие и современность. Необходимо учитывать, что, исследуя язык периодики, мы рассматриваем материалы, разнородные по своему качеству. Разнообразие тематики и проблематики также отражает разнородность; неодинаковую эмоциональную выразительность.

Фактором формирования комической направленности текстов выступает видение автора/журналиста. Комическое требует мобилизации всех авторских умений и навыков владения средствами языка. Текст с элементами сатиры и юмора может быть представлен как когерентный речевой продукт.

Анализ газетных материалов показал, что комическая экспрессия не так предсказуема, так как зависит от контекста. Под влиянием контекста эффект сатиры и юмора порождает прием переосмысления скрытых лингвистических возможностей слова. Авторское слово в пределах контекста может вызывать разные ассоциации:

ПО МЯГКОМУ МЕСТУ задние мысли отечественных чиновников («Караван», 14.12.2018); *«Даже немножечко – чайную ложечку»* (отсылка к Винни-Пуху) («Казахстанская правда», 02.10.2019).

Исследователи, работающие над проблемой эмотивности и модальности в семантике слова, указывают на связь значений модуса и диктума в содержании языковых единиц и подчеркивают, что связь эта носит различный характер. Эти возможности слова учитываются сатириками, которые стремятся в привычное, знакомое слово вложить новое содержание путем окказионального соединения его с другими словами. Тем самым, структура текста меняется, внося новизну и усиливая эффект. *Строители без комплексов* («Караван», 17.03.2017).

Словообразовательным приемом создания языковой игры являются окказионализмы. Окказионализмы «придумываются» специально. Из-за необычных нормативных образований они приобретают выразительность.

Казахстанским русскоязычным СМИ присущи казахско-русское двуязычие, которым умело пользуются журналисты. *Беш в ребро* («Экспресс-К», 01.03.2016). *Коня на согым остано-вит, в горящую юрту войдет* («Экспресс-К», 17.02.2017). *Айналайын Джолы* («Экспресс К», 14.02.2017). *Тоқмобиль с гудком «ни хао»* («Экспресс К», 15.02.2017).

Казахские слова применяются намеренно как средство локального языкового колорита. *Карликовые агашки: как себя защитить от незаконных действий частного судебного исполнителя* (Медиа-портал «Караван», 2.10.2019). *Динозавров – на согым* («Экспресс-К», 13.07.2018). *Без бумажки ты агашка* («Экспресс-К», 16.05.2018). *Келин по имени Аружан даже поставила Ляззат высший балл в нескольких номинациях*, цитата из статьи *«Той без правил»* («Экспресс-К», 16.05.2017). *Лапша длиною в 22 года, или свободно-экономическая мыльная опера «История Кеснебая»* («Караван», 12.10.2018), *«Бери на заметку, Илон Маск»: алматинский аташка отапливает машину дровами, а летом ездит с душем и пропеллером* («Караван», 6.11.2019).

Транспозиция иноязычных слов также активно используется юмористами русскоязычной прессы Казахстана. *#БлагоЛепие в цифре.net* («Казахстанская правда», 3.10.2019); *Гамарджоба, генацвале!* («Литер», 15.10.2019). Часто в текстах СМИ с юмористическим оттенком иноязычные слова используются в

иноязычной транскрипции. *Sesame, откройся!* («Казахстанская правда», 3.10.2019); *Do you speak ... қазақша?* («Литер», 8.10.2019). Пресса – это словесное искусство, которая удачно употребляет иностранные слова, жаргонизмы. Многими исследователями замечено активное обновление иноязычных слов в русскоязычной прессе. В основном заимствование идет с английского языка. Новые иностранные слова заигрывают под пером журналиста. Журналистская ирония создает образ автора, подчеркивает при этом его интеллект, легко читается. Шутливая ирония создает авторский тон, который способствует облегчению чтения газетного материала. В целом именно пресса оказывается активным «посредником» миграции слов, именно пресса играет важную роль в популяризации иноязычных слов.

Юмор и сатира присутствуют в газетных материалах разговорного стиля, просторечного и жаргонного характера: *«На фига казы Баян?»* («Экспресс-К», 4.04.2018). *Зажигательные понты мима* («Время», 13.09.2019). *Тук-тук, кто в теремочке живет?* («Караван», 25.05.2018). *100 долларов надежды* («Караван», 18.05.2018). Обладая особой экспрессией, газетные заголовки также подчеркиваются графически. Шрифты более яркие, заметные. *НУХ на деньги* («Караван», 27.04.2018). *Уронили дети мячик* («Время», 2.10.2019).

Область комического, которая создается при помощи языковых средств, разнообразна и богата. Наряду с эмоционально-окрашенными языковыми средствами, эффективным для достижения комического эффекта является фразеологизм.

Комический эффект может вызвать своего рода словесная игра, формирующаяся на обыгрывании однокоренных слов, на сближении омонимов, на столкновении антонимов. Часто в основе сатирических афоризмов лежит словесная игра: *Война войной, а катастрофа по расписанию* («Караван», 28.09.2019). *Глаз да глаз* («Казахстанская правда», 2.10.2019). *Овчинка стоит «выделенки»* («Экспресс К», 13.07.2015).

Комическое проявляется во всех аспектах действительности в жизни человека – в экономике, политике, образовании, дипломатии и т.д., и при этом смысл его подчиняется главному дискурсу в структурном и содержательном плане. Информация в прессе Казахстана в основном передается с экспрессивных позиций. Экспрессивное подчеркивание какого-либо высказывания или детали.

Журналисты нередко в своих материалах внедряют прецедентные феномены для привлечения внимания аудитории. Прецедентные феномены не создаются вновь, а возобновляются в несколько измененном виде. Они подразделяются на прецедентное высказывание, прецедентный текст, прецедентное имя, прецедентную ситуацию и так далее.

Очень часто в газетных заголовках используются прецедентные тексты. Прецедентный текст – это тексты песен, произведения художественной литературы, реклама, политические/публицистические тексты и др. *Астана слезам не верит* («Караван», 6 апреля 2018 года) (ср.: *в Москва слезам не верит*); перефразированием, когда к исходному прецедентному тексту добавляются компоненты, несущие основную смысловую нагрузку: *Деньги ваши, ролики наши* («Караван», 9.11.2018); *Когда финансы поют авансы* («Караван», 2.02.2018). *Трутся спиной медведи* (Казахстанская правда, 3.10.2019). *Дело пахнет керосином: исчезнут ли междугородние пассажирские перевозки в Казахстане* («Караван», 04.10.2019). Чаще всего прецедентные тексты упоминаются в заголовках периодических изданий без кавычек, тем самым имитируя свою принадлежность автору. Читатель сам догадывается откуда эта цитата, что она означает и что хотел подчеркнуть журналист, какой смысл вложил, используя данную цитату в заголовке. Поэтому журналистами используются узнаваемые цитаты.

В целом, прецедентные тексты характеризуют менталитет журналиста и коммуникативную компетенцию читателя.

Газеты и журналы практикуют также как средство сатиры пословицы и поговорки, которые имеют переносные значения. Они представлены с помощью перефразирования, которые образуются путем сдвига в структуре протопословицы. *Чтобы баиню не снесло* (Экспресс-К, 6.04.2018); *Спасите наши туши* («Экспресс-К», 6.04.2018); *Газ да глаз* («Экспресс-К», 7.04.2018); *Мамы и господа* («Экспресс-К», 3.04.2018).

Популярность использования пословиц и поговорок объясняется тем, что они просты, выразительны, кратки, образны, и самое главное, достаточно известны для среднестатистического читателя: *Где тонко, там не рвется?* («Мегаполис», 2.03.2015); *Терпение и труд все перетрут* («Литер», 19.10.2019); *Совершенству нет предела* («Литер», 22.10.2019); *Обещанного три года ждут; слепая вера до воды не доведет* («Литер», «И документы в воду», 19.10.2019);

Хлеб - всему голова! («Литер», от 22.10.2019); *За что боролись, на то и...* («Караван», 27.09.2019); *Зри в корень!* («Караван», 18.10.2019) и др.

Синтаксическими способами создания языковой игры в газетных заголовках в основном являются пресуппозиция и парцелляция. Пресуппозиция – это когда при построении фразы значительная часть информации не озвучивается как подтекст само собой разумеющейся. *Камера по нему плачет* («Экспресс-К», 7.04.2018); *Положа руку на сердце* (Экспресс-К, 3.04.2018); *Молодо – не зелено* («Казахстанская правда», 7.02.2019); *Перепороть себя* («Экспресс-К», 3.04.2018).

Парцелляция – средство речевого представления единой синтаксической структуры предложения несколькими коммуникативно самос-

стоятельными единицами-фразами: *МикроКРЕДИТНАЯ макроКАБАЛА. Как один кредит может пустить жизнь под откос.* («Караван», 1 июня 2018 года). Подобные заголовки, несмотря на их комический эффект, не лишены поучительного смысла, морального содержания.

Комические медиатексты в большинстве своем представлены в форме остроумия, которая включает и двусмысленность, и неожиданное умозаключение, и противоположность, и иронию, и абсурд, и каламбур, и аллегория, и легкую насмешку.

Фактический материал показывает, что образование комического в медиатексте осуществляется на фонологическом, лексическом, морфологическом, синтаксическом уровнях языка посредством словообразовательных процессов.

Таблица – Прагматический фокус материалов СМИ и его презентация в заголовке

Прецедентные феномены	Заголовки	Источник СМИ	Способы презентации
Литературные	Я «фас» любил так искренне, так нежно	Экспресс-К, 30.12.2017	Использована строчка из стихотворения Пушкина в юмористических целях
	Жизнь замечательных идей	Экспресс-К, 31.12.2017	Отсылка к серии книг «ЖЗЛ», основанной Максимом Горьким
	Смешались в кучу коньки, люди	Экспресс-К, 11.01.2018	Автором использована отсылка к стихотворению М. Лермонтова «Бородино» в статье про катание на коньках
	И дольше века длится день	Литер, 27.09.2019	Автором использована отсылка к первому роману Чингиза Айтматова
	А судьбы кто?	Литер, 19.10.2019	Автором использована отсылка к монологу Чацкого из комедии А.С. Грибоедова «Горе от ума»
Стихотворные	Что дог грядущий нам готовит?	Экспресс-К, 30.12.2017	Использована строчка из стихотворения Михаила Чуйкова. Статья вышла накануне Нового года, поэтому стихотворение кажется актуальным. Однако, автор заменил слово год на слово дог, потому что наступающий 2018 год был годом Собаки. В статье автор предлагает поразмышлять о том, какой породы была собака по китайскому гороскопу в 2018 году
	Финансы поют тюремные романсы	Экспресс-К, 11.01.2018	Трансформация прецедентные тексты
	И гений чистой красоты	Литер, 11.10.2019	Использована строчка из стихотворения А.С.Пушкина «Я помню чудное мгновенье»
Музыкальные (песенные)	Такие девушки, как звезды	Экспресс-К, 30.12.2017	Использована песня Андрея Губина для привлечения внимания
	Крокодил не ловится, не растёт кокос	Экспресс-К, 30.12.2017	Использована строчка из песни «Остров невезения» в статье про модель, отдыхающую зимой на море
	Солнце мое, взойди для меня	Экспресс-К, 25.01.2018	Строчка из песни Виктора Цоя «Кукушка»

	Вот – новый поворот	Литер, 23.10.2019	Текст песни «Машина времени»
	И покинет отчий дом мученик науки	Литер, 04.10.2019	Строчка из песни М.Леонидова «Во французской стороне, на чужой планете»
Кинематографические	Батальоны просят коня	Экспресс-К, 30.12.2017	Отсылка к фильму «Батальоны просят огня», использовано для привлечения внимания
	Дедушка моих кошмаров	Экспресс-К, 30.12.2017	Отсылка к фильму «Девушка моих кошмаров», использовано в юмористических целях
	Поднимайтесь жрать, пожалуйста	Экспресс-К, 31.12.2017	Использована строчка из фильма «Джентльмены удачи» для иллюстрации того, что горы Караганды сделаны из пищевой глины
	Берегись, автомобиль!	Экспресс-К, 11.01.2018	Отсылка к фильму «Берегись, автомобиль!», использовано для привлечения внимания
Лозунги	Той без правил	Экспресс-К, 30.12.2017	Здесь присутствует отсылка к боям без правил, только речь идет о праздниках
	Встать! Абсурд идет	Экспресс-К, 31.12.2017	Отсылка к призыву «Встать! Суд идет»
	Не падайте ухом	Экспресс-К, 31.12.2017	Статья об Олимпийских играх для людей с нарушениями слуха
Религиозные	От грешка два вершка	Экспресс-К, 30.12.2017	Использована поговорка, в которой одно слово заменили на «грех», чтобы подчеркнуть религиозность. Сама статья о том, как семьи отказываются от прививок по религиозным убеждениям.
	Добро пожаловать в ад	Экспресс-К, 31.12.2017	Библейский «ад» сравнивается здесь с опытом, который пережил человек, проживший три дня в заметенной снегом машине
	Котел отпущения	Экспресс-К, 31.12.2017	Несмотря на то, что выражение «козел отпущения» давно потеряло свои библейские корни, на самом деле в иудаизме это животное, которое после символического возложения на него грехов всех народов, отпускалось в пустыню. В данном контексте это статья о взрыве в котельной в Кокшетау, причина которого была неизвестна.
	Восстать из мертвых	Экспресс-К, 31.12.2017	Статья о том, что некоторые животные из Красной книги могут выжить
Фразеологизмы, пословицы, поговорки	Деньги в трубу	Экспресс-К, 30.12.2017	Использовано видоизмененное выражение «вылететь в трубу»
	Чай не кумыс – много не выпьешь	Экспресс-К, 30.12.2017	Использовано видоизмененное выражение «чай не водка, много не выпьешь»

Как иллюстрируют примеры, журналисты часто строят заголовки на цитатах, на игре слов, на идиомах. Преобразование фразеологизмов – излюбленный прием журналистов. Метафоры, образные сравнения, синонимы, антонимы, омонимы и пр. также активно употребляются

журналистами. Они тем самым стремятся, чтоб каждое событие, каждая информация произвела глубокое впечатление. Специфика заголовков такого типа в русскоязычной прессе Казахстана заключается во всепроникающей ироничности цитирования.

В своей журналистской практике авторы пользуются более свободной, разговорной, небрежной лексикой, чтобы оживить газетный язык, придать ему выразительный, экспрессивный характер.

Заключение

Подводя итоги, стоит подчеркнуть, что для привлечения внимания читателей журналистами используются широкий спектр средств: фразеологизмы, словесная игра, трансформация пословиц и поговорок и многое другое. Цель таких авторских преобразований – повысить экспрессивность заголовка, создать эффект иронии, сарказма,

юмористический эффект, оживить традиционный образ. Журналисты, используя в заголовке известные цитаты с художественных произведений, кинофильмов, мультфильмов, крылатых фраз рассчитывают на то, что они привлекут внимание к медиатексту. В первую очередь иронически обыгрываются хорошо узнаваемые произведения классической литературы, советские кинофильмы и мультфильмы.

Контент-анализ рассмотренных 200 материалов центральной русскоязычной прессы Казахстана показывает частотность и степень употребительности средств сатиры/юмора, который отражен в следующей диаграмме исследования:



Как видно из диаграммы, основными источниками заголовков являются пословицы и поговорки, фразеологизмы и заимствования из произведений художественной литературы. Более 40% заголовков составляют фразеологизмы, трансформация пословиц и поговорок; 30% – цитаты из литературных произведений; 25% заглавий – это преобразованные цитаты из кинофильмов, мультфильмов и песен; около 5% – это цитаты с религиозным оттенком. При этом юмористический оттенок чаще встречался в газетных материалах разговорного стиля, просторечного и жаргонного характера – 50%; в заголовках с использованием казахской лексики – 35%; в позиции иноязычных слов – 15%.

От общего числа материалов трансформированных цитат – 82%, остальные 18% – прямое цитирование. Наблюдать за трансформацией

цитат очень увлекательно, они представляют большое разнообразие. Анализ газетных публикаций показал, что лексические трансформации больше оказались самыми часто употребляемыми.

В заключение можно с уверенностью утверждать, что словесная игра с прецедентными текстами очень часто используется журналистами для создания броских, интригующих заголовков. Языковая игра автора-журналиста усиливает фоновые знания читателей, способствуя включиться в диалог с автором газетной статьи и таким образом повышает интерес к чтению.

И наконец, хочется подчеркнуть, что данное исследование носит исключительно условный характер. Статья не представляет в полном объеме журналистские игры с цитатным материалом в заголовках русскоязычной казахстанской прессы, а выделены лишь некоторые моменты.

Список литературы

Арнольд И.В. 1999. Нарушение сочетаемости на разных уровнях – лингвистический механизм комического эффекта // Семантика. Стилистика. Интертекстуальность. Сб. статей. – СПб., 239-349.

- Будагов Р.А. 1946. Наблюдения над языком и стилем И.Ильфа и Е.Петрова (опыт лингвистической интерпретации текста). Уч. зап. Ленинградского гос. ун-та, Сер. филол. наук. Вып. 10. 220-248.
- Черняева В.М. 1957. Приемы речевого контраста в стихотворной сатире 60-х гг. // Уч. зап. Горьковского гос. ун-та. Серия филологическая. Горький. 20-46.
- Дземидок Б.О. 1974. О комизме. – М.: Прогресс, 60.
- Dynel, Marta. 2009. Humorous garden-paths: A pragmatic-cognitive study. Newcastle upon Tyne, UK: Cambridge Scholars Publishing
- Forabosco, Giovannantonio. 1992. Cognitive aspects of the humor process: the concept of incongruity. *Humor* 5(1/2). 45–68.
- Forabosco, Giovannantonio. 2008. Is the concept of incongruity still a useful construct for the advancement of humor research? *Lodz Papers in Pragmatics* 4(1). 45–62
- Goatly, Andrew. 2012. *Meaning and humour*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Goatly, Andrew. 2017. Lexical priming in humorous discourse. *European Journal of Humour Research* 5(1). 52–68.
- Johnson, Ann, Esteban Del Rio & Alicia Kemmitt. 2010. Missing the joke: A reception analysis of satirical texts. *Communication, Culture & Critique* 3(3). 396–415.
- Hoey, Michael. 2005. *Lexical priming: A new theory of words and language*. London; New York: Routledge.
- LaMarre, Heather L., K. D. Landreville & M. A. Beam. 2009. The irony of satire: Political ideology and the motivation to see what you want to see in The Colbert Report. *The International Journal of Press/Politics* 14(2). 212–231.
- LaMarre, Heather L., Kristen D Landreville, Dannagal Young & Nathan Gilkerson. 2014. Humor works in funny ways: Examining satirical tone as a key determinant in political humor message processing. *Mass Communication and Society* 17(3). 400–423.
- Lee, Hoon & Nojin Kwak. 2014. The affect effect of political satire: Sarcastic humor, negative emotions, and political participation. *Mass Communication and Society* 17(3). 307–328.
- Nilsen, Alleen & Don Nilsen. 2008. Literature and humor. In Victor Raskin (ed.), *The primer of humor research*, 243–280. New York, NY: Mouton de Gruyter.
- Partington, Alan. 2009. A linguistic account of wordplay: The lexical grammar of punning. *Journal of Pragmatics* 41(9). 1794–1809.
- Ritchie, Graeme. 2004. *The linguistic analysis of jokes*. London, UK: Routledge.
- Ritchie, Graeme. 2009. Variants of Incongruity Resolution. *Journal of Literary Theory* 3(2). 313–332
- Simpson, Paul. 2003. *On the discourse of satire: Towards a stylistic model of satirical humour*. Philadelphia, PA: John Benjamins Publishing.
- Skalicky, Stephen & Scott Crossley. 2015. A statistical analysis of satirical Amazon.com product reviews. *The European Journal of Humour Research* 2(3). 66–85.
- Stewart, Craig O. 2013. Strategies of verbal irony in visual satire: Reading The New Yorker's "Politics of Fear" cover. *Humor* 26(2). 197–217.
- Suls, Jerry. 1983. Cognitive processes in humor appreciation. In Paul E McGhee & Jeffrey H Goldstein (eds.), *Handbook of humor research*, 39–57. New York, NY: Springer.
- Yus, Francisco. 2003. Humor and the search for relevance. *Journal of Pragmatics* 35(9). 1295–1331.
- Yus, Francisco. 2017. Incongruity-resolution cases in jokes. *Lingua* 197. 103–122.

References

- Arnol'd I.V. 1999. Narusheniye sochetayemosti na raznykh urovnyakh – lingvisticheskiy mekhanizm komicheskogo effekta [Violation of compatibility at different levels - the linguistic mechanism of the comic effect] *Semantics. The style. Intertextuality / Collection of articles*. Sankt-Peterburg. 239-349.
- Budagov R.A. 1946. Nablyudeniya nad yazykom i stilem I.Ilf'a i Ye.Petrova (opyt lingvisticheskoy interpretatsii teksta) [Observations on the language and style of I. Ilf and E. Petrov (experience of linguistic interpretation of the text)] *Uch. zap. Leningradskogo gos. un-ta, Ser. filol. nauk. Vol. 10. pp. 220-248.*
- Chernyayeva V.A. 1957. Priemy rechevogo kontrasta v stikhotvornoy satire 60-kh gg. [Speech contrast techniques in the poetry satire of the 60s.] *Uch. zap. Gor'kovskogo gos. un-ta. Seriya filologicheskaya. Gor'kiy. 20-46.*
- Dzemidok B.O. 1974. O komicheskom [About the comic]. M.: Progress. pp. 60.
- Dynel, Marta. 2009. Humorous garden-paths: A pragmatic-cognitive study. Newcastle upon Tyne, UK: Cambridge Scholars Publishing
- Forabosco, Giovannantonio. 1992. Cognitive aspects of the humor process: the concept of incongruity. *Humor* 5(1/2). 45–68.
- Forabosco, Giovannantonio. 2008. Is the concept of incongruity still a useful construct for the advancement of humor research? *Lodz Papers in Pragmatics* 4(1). 45–62
- Goatly, Andrew. 2012. *Meaning and humour*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Goatly, Andrew. 2017. Lexical priming in humorous discourse. *European Journal of Humour Research* 5(1). 52–68.
- Johnson, Ann, Esteban Del Rio & Alicia Kemmitt. 2010. Missing the joke: A reception analysis of satirical texts. *Communication, Culture & Critique* 3(3). 396–415.
- Hoey, Michael. 2005. *Lexical priming: A new theory of words and language*. London; New York: Routledge.
- LaMarre, Heather L., K. D. Landreville & M. A. Beam. 2009. The irony of satire: Political ideology and the motivation to see what you want to see in The Colbert Report. *The International Journal of Press/Politics* 14(2). 212–231.

- LaMarre, Heather L., Kristen D Landreville, Dannagal Young & Nathan Gilkerson. 2014. Humor works in funny ways: Examining satirical tone as a key determinant in political humor message processing. *Mass Communication and Society* 17(3). 400–423.
- Lee, Hoon & Nojin Kwak. 2014. The affect effect of political satire: Sarcastic humor, negative emotions, and political participation. *Mass Communication and Society* 17(3). 307–328.
- Nilsen, Alleen & Don Nilsen. 2008. Literature and humor. In Victor Raskin (ed.), *The primer of humor research*, 243–280. New York, NY: Mouton de Gruyter.
- Partington, Alan. 2009. A linguistic account of wordplay: The lexical grammar of punning. *Journal of Pragmatics* 41(9). 1794–1809.
- Ritchie, Graeme. 2004. *The linguistic analysis of jokes*. London, UK: Routledge.
- Ritchie, Graeme. 2009. Variants of Incongruity Resolution. *Journal of Literary Theory* 3(2). 313–332
- Simpson, Paul. 2003. *On the discourse of satire: Towards a stylistic model of satirical humour*. Philadelphia, PA: John Benjamins Publishing.
- Skalicky, Stephen & Scott Crossley. 2015. A statistical analysis of satirical Amazon.com product reviews. *The European Journal of Humour Research* 2(3). 66–85.
- Stewart, Craig O. 2013. Strategies of verbal irony in visual satire: Reading The New Yorker's "Politics of Fear" cover. *Humor* 26(2). 197–217.
- Suls, Jerry. 1983. Cognitive processes in humor appreciation. In Paul E McGhee & Jeffrey H Goldstein (eds.), *Handbook of humor research*, 39–57. New York, NY: Springer.
- Yus, Francisco. 2003. Humor and the search for relevance. *Journal of Pragmatics* 35(9). 1295–1331.
- Yus, Francisco. 2017. Incongruity-resolution cases in jokes. *Lingua* 197. 103–122.