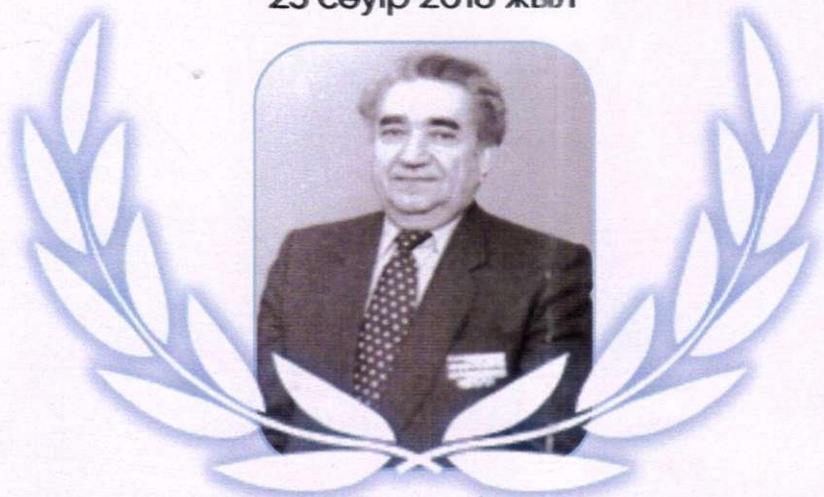


ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
АБЫЛАЙ ХАН АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАТЫНАСТАР
ЖӘНЕ ӘЛЕМ ТІЛДЕРІ УНИВЕРСИТЕТІ



Профессор А.Е. Карлинскийдің
95 жылдығына арналған
«Тіл және қоғам» атты
халықаралық ғылыми конференциясының
материалдары
25 сәуір 2018 жыл



Материалы международной научной конференции
«Язык и общество», посвященной
95-летию профессора А.Е. Карлинского
25 апреля 2018 года

Proceeding of International Scientific Conference
“Language and Society” dedicated to the
95th anniversary of the professor Karlinsky A.E.
April 25, 2018

Алматы
Издательство «Полилингва»
2018

УДК 80/81

ББК 81.2

Я 41

*Рекомендовано к изданию решением Ученого Совета КазУМОиМЯ им. Абылай хана
(протокол № 8 от 27 марта 2018 г.)*

Ответственный редактор:

Кунанбаева С.С. д.ф.н., профессор, академик НАН РК

Редакционная коллегия:

Чакликова А.Т. проректор по учебной работе КазУМОиМЯ

Кульгильдинова Т.А. начальник управления УМО КазУМОиМЯ

Таирбекова Л.Н. зав. кафедрой теоретического и прикладного языковедения КазУМОиМЯ

Пак Н.С. проф. кафедры языков и перевода региона Ближнего Востока, КазУМОиМЯ

Я 41 «Язык и общество»: Материалы Международной научной конференции, посвященной 95-летию профессора А.Е. Карлинского. - Алматы: КазУМОиМЯ им. Абылай хана, 2018. - 428 с.

ISBN 978-601-270-331-3

Материалы международной научной конференции, посвященной 95-летию профессора А.Е. Карлинского посвящены проблемам улучшения качества подготовки специалистов в целях реализации культурного проекта «Язык и общество».

«В докладах и выступлениях, представленных на пленарном заседании и секциях, отражены актуальные вопросы подготовки кадров с учетом специфики языковых и неязыковых специальностей, проблемы опыта внедрения и перспективы полиязычного образования.

Издание предназначено для ученых по проблемам развития высшего образования, преподавателей высшей школы, обучающихся по педагогическим специальностям.

УДК 80/81

ББК 81.2

ISBN 978-601-270-331-3

© КазУМОиМЯ имени Абылай хана, 2018

© Материалы Международной научной конференции «Язык и общество» посвященной 95-летию профессора А.Е. Карлинского, 2018

Кунанбаева С.С.
Сулейменова Э.Д.
mutātis mutandis
Пак Н.С. О теории
Шайбакова Д.Д.
Таирбеков Б.Г., Т
Орлова Н.В. Возр

ҚАЗІРҒИ

ВЗАИ

INTERC

Аухадиева З.Ж., Г
статисти немецкого
Башиева С.К. Бла
этнической картин
Абдиева Г.М. Кон
Vaimanova L. Zur
Жетписов С.Н. Яз
Есеналиева Ж.Ж.
Кабдулова К.Л. Им
русско-казахских п
Маркова Е.М. Инт
Магомедов Д.М. С
Магомедов М.И. Ф
на современном эт
Протасова Е.Ю. О
Шайбакова Д.Д. К
Холикова З.К. С
микротола «дорож
Мауксебаева М. Ро

Акулич М.М. Язы
Большаков С.Н. Қ
политических комм
Бейсенова Ж.С. О
терминологии (к в

метафоры 139
148
154
160
165
171
178
186
192
197
 ПИ
 ИЯ
 DIES
201
208
217
222
 ДЫ
228
232
238
 Н
242
249
258
263
 ДЫ
269
274
278
284
292
297
305

4 секция ТІЛ БІЛІМІНІҢ ТЕОРИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ҚОЛДАНБАЛЫ МӘСЕЛЕЛЕРІ
Секция 4 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ
4th section. THEORETICAL AND APPLIED PROBLEMS OF LINGUISTICS

Адилова А.С. О вербальной структуре казахстанских медиатекстов	311
Аймагамбетова М.М. Заголовок как компонент публицистического текста	316
Алдабердіқызы А. Грамотность VS. уровень образования и дохода: результаты социолингвистического исследования	322
Алтынбаева С.М. Содержание и категорические знаки новой мифологии	328
Амирова Ж.Г. К проблеме определения лингвистического статуса текста и дискурса	333
Жаркынбекова Ш.К., Байбатырова А.А. Проявление диалогичности в современных научных статьях	342
Зихроллаев Э.М. Актуальные проблемы современной медиалингвистики	347
Ибадильдина З.Х. Медиатекст как учебное средство в практике преподавания русского языка в иноязычной аудитории	354
Пляскина Е.И. Метафорические номинации человека в языковой картине мира забайкальских казаков (на материале романа К.Ф. Седых «Даурия»)	360
Хабибулина Э.В. Ассоциативная метафорическая мотивированность немецких объектных цветообозначений в языке моды	367
Хожалепесова Ю.Н. Адвербиализация беспредложных существительных	374
Шерматова С.Н. Мимика и жесты в структуре художественного текста как средство передачи эмоционального состояния персонажа	377
Әділбекова А. Қазіргі ақпараттық кеністіктегі медиадискурстың дамуы	380
Имангалиева А.М. Дискурс ұғымы мен испан тіліндегі саяси дискурстың ерекшелігі	384
Өтетілеуова Ә.Ж. Аргументативті - риторикалық талдау	388
Торбекова Д. Саяси дискурстағы манипулятивті стратегиялардың лингвистикалық ерекшеліктері	394

5 секция ӘДЕБИЕТ ПЕН ӨНЕРНІҢ ЖАҢА ДӘУІР. ЛИНГВОДИДАКТИКА
МӘСЕЛЕЛЕРІ

Секция 5 ЛИТЕРАТУРА И ИСКУССТВО НОВЕЙШЕЙ ЭПОХИ. ПРОБЛЕМЫ
ЛИНГВОДИДАКТИКИ

5th section. LITERATURE AND ART OF NEWEST EPOCH. PROBLEMS OF
LINGUADIDACTICS

Айтбаева Б.М., Шахина С.Ж. Батырлық жырлардағы көркемдеуіш құралдарға шолу ...	401
Исмаилова Ф.Е., Гириная М.А., Жоламанова С.А. Межкультурно-коммуникативные функции художественного текста в произведениях зарубежных писателей	407
Хисамова Г.Г. Художественный текст в обучении русскому языку билингвальной личности	412
Шинтемирова А.М., Мотивы и образы в поэме Шакарима Кудайбердиева “Лайли и Маджнун”	419
Чингисова А.А. Теоретические основы коммуникативно-интегративной технологии обучения русскому языку студентов филологических специальностей	422

два слова. Два слова, а как изменились смыслы!

В новом, переделанном варианте директор школы говорит:

Разбить голову сыну спонсора школы!

ПРИЯТНОГО ПРОСМОТРИКА, БАУКЕ».

Как видно, авторская оценка введена в фактическую информацию и позволяет манипулировать восприятием читателя, не находящегося в просмотрном зале, как и сам адресант.

Таким образом, мы попытались охарактеризовать в общих чертах вербальную структуру медиатекстов новостных порталов на русском языке казахстанского сегмента инета, которая отличается стилевой диффузией и репрезентирует региональные особенности.

На наш взгляд, стремление отразить взаимодействие казахского и русского языков на лексическом уровне в средствах массовой коммуникации имеет и положительную, и негативную стороны.

ЛИТЕРАТУРА

1 Шайбакова Д.Д. Социально-языковая контактология. – Алматы: Ұлағат, 2015. – 192 с.

2 Федоров А.В. СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. - Таганрог: Изд-во Таганрогского государственного педагогического института, 2010. 64 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://evartist.narod.ru> (дата обращения: 30.10.2017).

3 Современный медиатекст: учебное пособие/отв. ред. Н.А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.

УДК 81'367

Аймагамбетова М.М.

ст. преподаватель, докторант

КазНПУ имени Абая

email: aimagambetovamalika@gmail.com

Статья подготовлена в рамках гранта № AP05133019 КН МОН РК «Культурные коды современного Казахстана (литературный и медийный дискурсы)»

ЗАГОЛОВОК КАК КОМПОНЕНТ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ТЕКСТА

Ключевые слова: заголовок, лид, прецедентный текст, интерференция.

Аннотация: В данной статье говорится особенности заголовка казахстанских газет на русском языке. В частности рассматривается процесс интерференции, происходящий в заголовках газет. Специфической особенностью казахстанского языка газеты стало употребление казахских слов в русском, при этом может наблюдаться обновление значения уже заимствованных казахизмов.

Aimagambetova M.M.

senior teacher, doctoral student

Abai Kazakh National Pedagogical University

email: aimagambetovamalika@gmail.com

HEADLINE AS A COMPONENT OF PUBLICISTIC TEXT

Keywords: headline, lead, precedent text, interference.

Abstract: This article describes the features of the headline of Kazakh newspapers in Russian.

Particularly, it is described a specific feature of the headline in the updating of Kazakh

В настоящее время в нашу жизнь, что стало привычным, и, соответственно, динамичным по своей сути, реагирует на все изменения, влияя на его форму.

Воздействие публицистического текста на внимание читателя и философов, психологов, лингвистов, В.А. Вомперский, И.А. Костомаров, Э.А. Лаврова, А.Т. Таткенова, А.В. Шайбакова.

Несмотря на то, что в 20-е годы XX века, т.е. в начале изучения проблемы стилистических особенностей заголовка с заголовком текста. При этом о заголовке газеты, так и на этапе читательскую аудиторию.

В работах после прецедентного феномена эмотивные блоки, которые используются в прозе Журавлева, Е.А. Землинский, Слышкин, Е.П. Чернышова.

Современный публицистический текст [с. 54]. События в тексте сцены к причинам и последствиям самой важной информации на самые главные элементы момента, так как основными являются статьи, который содержит информацию.

Обязательными элементами являются вводная часть (лид), новизна и содержание выделяется жирным шрифтом [с. 24]. Если задача привлечь внимание.

От читателя сегодня. Как отмечает Ш.А. Салиев, Республики Казахстан.

Particularly, it is described the process of interference occurring in the headlines of newspapers. A specific feature of the newspaper is using of Kazakh words in Russian context and we can observe the updating of Kazakh words.

В настоящее время средства массовой информации настолько прочно вошли в жизнь, что стали мощным средством воздействия на человеческий разум, и, соответственно, на дальнейшее мировоззрение и поведение людей. Будучи динамичным по своей сути, язык средств массовой информации наиболее быстро реагирует на все изменения в обществе, отражая состояние общественного сознания, влияя на его формирование и развитие.

Воздействие публицистического текста на адресата и способы привлечения внимания читателя всегда вызвали большой интерес не только филологов, но и философов, психологов, журналистов (З.Ж. Аманбаева, З.Д. Блисковский, В.А. Вомперский, Е.В. Горин, Т.П. Зорина, Г.К. Ихсангалиева, Л.Г. Кайда, В.Г. Костомаров, Э.А. Лазарева, А.С. Подчасов, Н.В. Рачук, С.К. Рощин, Г.Я. Солганик, А.Т. Таткенова, А.В. Фатин, М.Ж. Adams, N. Bagnall, A. Bell и др.).

Несмотря на то, что язык газеты стал объектом исследования лингвистов в 20-е годы XX века, только в 60-70-е годы ученые обратились к проблеме заголовка. Изучение проблемы заголовков в основном было связано с их синтаксическими и стилистическими особенностями, в 80-е годы лингвисты занимались изучением связи заголовка с зачином и концовкой – самыми сильными элементами структуры текста. При этом особое внимание обращалось как на языковые особенности газеты, так и на экстралингвистические факторы (политическую ориентацию, читательскую аудиторию и т.п.).

В работах последних лет большое внимание уделяется изучению заголовка как прецедентного феномена. «Прецедентные тексты как устойчивые номинативно-эмотивные блоки, находящиеся в преречевой готовности» [1, с. 220] активно используются в процессе создания журналистского текста и его заголовков (Е.А. Журавлева, Е.А. Земская, Ж.Д. Капарова, С.И. Кузьминская, Е.А. Нахимова, Г.Г. Слышкин, Е.П. Черногрудова).

Современный публицистический текст строится по «принципу пирамиды» [2, с. 54]. События в тексте разворачиваются от результата, события, его финальной сцены к причинам и истокам случившегося. Следовательно, читатель спускается от самой важной информации (проблемы) к менее ярким фактам и обращает внимание на самые главные элементы текста. В то же время можно прервать чтение в любой момент, так как основная идея статьи уже знакома читателю благодаря заголовку статьи, который содержит в себе ее основной смысл.

Обязательными частями газетной статьи являются заголовок, подзаголовок, вводная часть (лид), основная часть и заключение. Лид – абзац, предваряющий новость и содержащий ответы на самые важные вопросы, который нередко выделяется жирным шрифтом, становясь самым заметным компонентом статьи [3, с. 24]. Если задача заголовка – завлечь читателя, то функция лида – удержать его внимание.

От читателя сегодня требуется умение соотносить текст с другим текстом. Как отмечает Ш.А. Сабитова: «Всё чаще в языке средств массовой информации Республики Казахстан встречаются языковые формы, за которыми тянется своего

рода «текстовый шлейф», который сопровождает любое их употребление. Для их понимания, разумеется, носителям языка необходим соответствующий культурный опыт. Без знания того, что составляет суть этого «шлейфа», информация для адресата недоступна полностью или частично, поскольку употребление в устной и письменной речи прецедентных текстов реализует процесс оживления накопленного культурного багажа» [4]. Заголовок, в частности □ это своего рода «реле», с помощью которого автор способен включить или отключить воображение и интерес читателя, актуализировать его знания. В этом журналисту помогают прецедентные тексты.

Заголовок в сжатой форме представляет основную идею статьи и интригует читателя, а также влияет на популярность и конкурентоспособность всей газеты. Исследования психологов показали, что около 80% читателей уделяют внимание только заголовкам. В нескольких словах заголовка журналисту необходимо не только передать посыл и содержание статьи, но и привлечь, заинтересовать читателя. Он ориентирован на последующий текст и выступает его первым знаком; «автоцентричен» в большей мере, чем другие элементы текста, выражая авторскую интенцию, авторское видение мира, специфику и реализацию особенностей в разных лингвокультурных социумах. И, как правило, он написан «телеграфным языком»: предельно малочисленными фразами, в которых опущены все второстепенные элементы и используются общепотребительная лексика и простейшие грамматические средства [5, с. 37]. Он состоит из ключевых слов статьи, которые подбираются так, чтобы однозначно выражать содержание статьи. При этом он должен быть броским, кратким, содержать не более 5-6 слов, не должен иметь сложных конструкций и символов, так как «короткий заголовок лучше воспринимается и запоминается».

* Краткость, броскость, насыщенность реалиями, различными фразеологическими оборотами - неотъемлемые признаки газетных заголовков современной периодической печати. Журналисты используют хорошо известные читателю слова и выражения, фразеологизмы, пословицы и поговорки, крылатые выражения и цитаты, изменяя их или оставляя в первозданном виде. Такого рода заголовки создают второй смысловой план.

В лингвистике имеется множество классификаций и видов заголовков. В классификации Э.А. Лазаревой они различаются в зависимости от количества элементов смысловой схемы текста (однонаправленные и комплексные), по выражению какого-либо смыслового элемента произведения (полноинформативные, неполноинформативные и пунктирные). М.И. Шостак выделяет повествовательные заголовки, заголовок-констатацию, заголовок-резюме, заголовок-парадокс, имена в заголовке (упоминание участников событий), заголовок-цитату, игровой заголовок. Г.В. Лазутина предложила три типа: прямое отражение темы, прямое отражение идеи и опосредованное отражение идейно-тематического решения через журналистский образ. Функционально-семантическая типология информационных заголовков средств массовой информации была предложена А.Н. Зеленовым. Им выделены: ориентировочно-информационный, собственно-информационный и оценочно-информационный заголовки. Каждая из предложенных классификаций представляет интерес и применима.

В современной казахстанской прессе на русском языке часто используются

новые слова, которые заимствованные слова словообразовательными способами нескольких слов однокоренных заголовков. В этом отрывке «Наступает год 25 декабря 2014). (невоспитанный, некультурный) впервые использовал публицист, литературный комиссии по организации юбилейных мероприятий в Казахстане, 550-летие

Помимо самого воздействия одного и другого воздействия [6, с. 91] в условиях постоянного в контактирующих языках которых связано с социальными правилами поведения семейной жизнью казахстанцев

Современные русские читатели, отражают лексический состав языка запаса в активный» [8] газеты стало употреблением обновление значения

Пусть шанырақ бұл конструктивный з крестовины, вписанные купола □ уыков и созд от очага.

В хоккее играют не - не гарцующий на коньках

Кюй, пока горяч произведение (обозначает)

Зорро в малахее (на меху с широкими нитями)

Коня на соғым соғым (заготовлено)

Айналайын Джо (прилагательное) пере

«Ойбай!» - восклицание междометие, обозначает и удивление.

новые слова, которые не могут существовать «вне текста». К ним относятся заимствованные слова, которые образуются с помощью традиционного корпуса словообразовательных средств: префиксов, суффиксов, аффиксов, соединением нескольких слов одного языка или разных языков. Эта тенденция коснулась и заголовков. В этом отношении интересен следующий пример заголовка:

«Наступает год овца - пира и «даракияинства» («Общественная позиция», 25 декабря 2014). Слово «даракияństwo» образовано от казахского дарақы (невоспитанный, некультурный человек) и русских суффиксов -ян, -ств. Слово впервые использовал Герольд Бельгер (казахстанский переводчик, прозаик, публицист, литературовед). В статье рассказывается о планах Государственной комиссии по организации и проведению года Ассамблеи народов Казахстана, о юбилейных мероприятиях, посвященных 20-летию Конституции Республики Казахстан, 550-летию образования Казахского ханства и 70-летию Победы.

Помимо самого процесса интерференции - процесс бессознательного воздействия одного из языков билингва на другой язык, а также результат этого воздействия [6, с. 91] можно наблюдать и ее результат. Б.Х. Хасанов отмечает, что в условиях постоянного контакта казахов с представителями других национальностей, в контактирующих языках появилось множество казахизмов, большинство из которых связано с социально-экономическими условиями, бытом, установленными правилами поведения казахов, явлениями их материальной и духовной культуры, семейной жизнью казахов [7, с. 165].

Современные русскоязычные газеты, которые рассчитаны на широкий круг читателей, отражают не только события, происходящие в стране, но также «вводят в лексический состав языка новые единицы, выводят целые группы слов из пассивного запаса в активный» [8, с. 85]. Специфической особенностью казахстанского языка газеты стало употребление казахских слов в русском, при этом может наблюдаться обновление значения уже заимствованных казахизмов:

Пусть шанырак будет высоким («Экспресс К», 20 октября 2015). Шанырак - конструктивный элемент, увенчивающий купол юрты в виде решетчатой крестовины, вписанной в круг, предназначен для удерживания боковых элементов купола - уыков и создания проёма для попадания солнечного света и выхода дыма от очага.

В хоккей играют настоящие джигиты («Экспресс К», 20 февраля 2017). Джигит - не гарцующий на коне, а играющий в хоккей молодой мужчина.

Кюй, пока горячо («Экспресс К», 20 февраля 2017) ® кюй - музыкальное произведение (обозначение этнографического понятия).

Зорро в малахае («Экспресс К», 14 февраля 2017) ® малахай - большая шапка на меху с широкими наушниками.

Коня на соғым остановит, в горящую юрту войдет («Экспресс К», 17 февраля 2017) ® соғым (заготовка мяса на зиму).

Айналайын Джоли («Экспресс К», 14 февраля 2017) ® айналайын (прилагательное) переводится «милый».

«Ойбай!» - воскликнул Бэтмен («Экспресс К», 31 августа 2016) ® ойбай - междометие, обозначающее ай, ой, выражающее испуг, страх, возмущение, досаду и удивление.

Байга на выживание («Экспресс К», 2 февраля 2017) ® бэйге - конные скачки, название казахской национальной игры.

Токмобиль с гудком «Ни хао» («Экспресс К», 15 февраля 2017) ® ток обозначает на русском ток. В статье говорится о начале производства китайских электромобилей.

Токалистический сценарий («Время», 16 сентября 2015). В этом примере мы можем наблюдать грамматическую интерференцию. Казахское слово токал («вторая жена») под влиянием русских суффиксов и процесса согласования по падежам русифицируется, приобретает грамматическую форму русского языка.

В приведенных примерах заметно расширение лексического состава русского языка за счет казахских «вкраплений», заимствований. Под вкраплениями мы, вслед за М.М. Копыленко, понимаем «иноязычный компонент текста, принадлежность которого к языку, отличному от того, на котором составлен текст, ощущается в полной мере и не мотивирован предметно-логическим содержанием сообщаемого» [9, с. 8]. «Казахские слова - единицы иной духовно-культурной стихии - входят в русский язык, отражая чужие особенности восприятия мира, ценности, феномены и артефакты. Тем не менее, они осваиваются русским языком с большей или меньшей степенью органичности, привнося в общение новые номинации, актуальные для жителей общей территории и единого коммуникативного пространства» [10, с. 93].

По утверждению Б.Б. Абилхасимовой, многие казахизмы в советское время находились на периферии лексической системы в силу своей неактуальности в языке-реципиенте, эти лексические единицы считались наименее ассимилированными в семантическом плане заимствованиями [8, с. 134]. С приобретением Казахстаном независимости и суверенитета возрос интерес к национальным традициям, обычаям и обрядам, соответственно и связанные с ними номинативные единицы получили распространение, как в разговорной речи, так и в языке газеты.

Создаваемые новые тексты, в том числе и публицистические материалы средств массовой информации, и прежде всего их заголовки, оказываются насыщенными чужими текстами, которые присутствуют в них в более или менее узнаваемых формах. С.И. Сметанина объясняет это тем, что влияние прошлого активно побуждает человека «отыскивать уже готовые и освоенные культурой формы и вплетать их в коммуникативный акт, даже не делая ссылки на авторство» [11, с. 95]. По мнению Г.Г. Слышкина, «современная культура не склонна к текстопорождению. Дискурс наполнен разными по степени эксплицитности фрагментами и оценками чужих текстов» [12, с. 30]. Отчасти этими фактами объясняется тенденция к трансформации и компиляции текстов и заголовков в современных средствах массовой информации. Так, готовность журналиста обогатить создаваемый им материал фрагментами из уже воспринятых ранее текстов или аллюзиями на них объясняет частотность употребления фразем, что наблюдается во всех типах дискурсов.

М.М. Бахтин писал: «Я живу в мире чужих слов. И вся моя жизнь является ориентацией в этом мире, реакцией на чужие слова» [13, с. 367]. Это утверждение позволяет нам в рамках настоящей работы понимать под чужими словами широкий спектр фразем: афоризмов, крылатых выражений, пословиц, поговорок, цитат и прочих образных выражений, которые регулярно воспроизводятся в современных заголовках электронных средств массовой информации.

В.Г. Костомаров объяснил, что в целом язык средств массовой информации

объединяет в себе д
и экспрессию. Ста
готовых элемент
прилагая миниму
информации. Втор
авторской позици
фразеологизме пр
воспроизводимо у
- идиоматичность,
фактор делают фр
Заголовок газ
текста, который з
информацию о н
и побуждая обрат
как семиотическо
ресурсы выразите
к публикуемому
информацию о с
степени важности

1 Караулов Ю.Л.

2 Фихтелиус Э.

3 Амзин А. Н.

2/2016.10.06)

4 <https://articlek>

5 Казакова Т.А.

6 Сулейменова

лингвистика терми

Арман-ПВ, 2008. -

7 Хасанов Б.Х.

Рауан, 1990. - 192 с.

8 Абилхасимов

и конец XX веков):

9 Копыленко

функции, структу

деривация в славян

10 Сулейменова

университеті, 2011

11 Сметанина

стиле журналистик

12 Слышкин Г.

// Языковая лично

Карасика В.И., Сл

13 Бахтин М.М.

объединяет в себе две внешне противостоящие друг другу тенденции: стандартизацию и экспрессию. Стандартизация подразумевает под собой изобилие клише, штампов, готовых элементов, определенных способов их подачи, что позволяет читателю, прилагая минимум усилий, легко и быстро ориентироваться в больших потоках информации. Вторая тенденция - это экспрессия, которая является выражением авторской позиции, основным элементом статьи. Здесь следует отметить, что во фразеологизме присутствуют элементы языкового стандарта, так как он является воспроизводимо устойчивой единицей, потенциально знакомой читателю, с другой - идиоматичность, образность и выражение оценки говорящего как «привлекающий фактор делают фразеологическую единицу универсальной для газетной полосы».

Заголовок газетной статьи или новостного сайта – это ведущий компонент текста, который занимает сильную позицию, называя его, давая первоначальную информацию о нем, привлекая внимание потенциального читателя, вербуя его и побуждая обратиться ко всему тексту. Выразительные возможности заголовка как семиотической единицы многочисленны, в нем могут быть использованы все ресурсы выразительной речи. Он является одним из средств привлечения внимания к публикуемому материалу. Он не только предваряет статью, несёт некоторую информацию о содержании материала, но и сообщает о значении, характере и степени важности событий.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. - М.: ЛКИ, 2003. - 167 с.
- 2 Фихтелиус Э. Десять заповедей журналистики. - Стокгольм, 1999. - 155 с.
- 3 Амзин А. Новостная интернет-журналистика <http://alex-alex.ru> (дата обращения 2/2016.10.06)
- 4 <https://articlekz.com/article/11160>
- 5 Казакова Т.А. Теория перевода (лингвистические аспекты). - М.: Наука, 1990. - 196 с.
- 6 Сулейменова Э.Д., Шаймерденова Н.Ж., Смагулова Ж.С., Аканова Д.Х. Әлеуметтік лингвистика терминдерінің сөздігі. Словарь социолингвистических терминов. – Алматы: Арман-ПВ, 2008. – 303 с.
- 7 Хасанов Б.Х. Казахско-русское художественно-литературное двуязычие. - Алма-Ата: Рауан, 1990. - 192 с.
- 8 Абилхасимова Б.Б. Казахизмы в русскоязычных газетах Казахстана (II половина XIX и конец XX веков): дис. ... канд. филол. наук. - Алматы, 2002 - 150 с.
- 9 Копыленко М.М. Белорусские вкрапления в русских художественных текстах: функции, структура, коммуникативная природа//Словообразование и коммуникативная деривация в славянских языках. - Гродно, 1986. - 125 с.
- 10 Сулейменова Э.Д. Языковые процессы и политика: монография. - Алматы: Қазак университеті, 2011. - 117 с.
- 11 Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. - 383 с.
- 12 Слышкин Г.Г. Дискурс и концепт (о лингвокультурном подходе к изучению дискурса) // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр./под ред. Карасика В.И., Слышкина Г.Г. - Волгоград: Перемена, 2000. - С. 38-45
- 13 Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества: 2-е изд. - М.: Искусство, 1986. - 445 с.