

Торайғыров университетінің  
ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛЫ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ  
Торайғыров университета

---

**ТОРАЙҒЫРОВ  
УНИВЕРСИТЕТІНІҢ  
ХАБАРШЫСЫ**

**Филологиялық серия**  
1997 жылдан бастап шығады



**ВЕСТНИК  
ТОРАЙҒЫРОВ  
УНИВЕРСИТЕТА**

**Филологическая серия**  
Издаётся с 1997 года

ISSN 2710-3528

**№ 4 (2025)**

**Павлодар**

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ  
ТОРАЙГЫРОВ УНИВЕРСИТЕТА**

**Филологическая серия**

выходит 4 раза в год

**СВИДЕТЕЛЬСТВО**

О постановке на переучет периодического печатного издания,  
информационного агентства и сетевого издания

№ KZ30VPY00029268

выдано

Министерством информации и общественного развития  
Республики Казахстан

**Тематическая направленность**

публикация материалов в области филологии

**Подписной индекс – 76132**

<https://doi.org/10.48081/XXBV9378>

---

**Бас редакторы – главный редактор**

Жусупов Н. К.

*д.ф.н., профессор*

Заместитель главного редактора

Анесова А. Ж., *доктор PhD*

Ответственный секретарь

Уайханова М. А., *доктор PhD*

**Редакция алқасы – Редакционная коллегия**

Дементьев В. В., *д.ф.н., профессор (Российская Федерация)*

Еспенбетов А. С., *д.ф.н., профессор*

Трушев А. К., *д.ф.н., профессор*

Маслова В. А., *д.ф.н., профессор (Белоруссия)*

Пименова М. В., *д.ф.н., профессор (Российская Федерация)*

Баратова М. Н., *д.ф.н., профессор*

Аймухамбет Ж. А., *д.ф.н., профессор*

Шапауов Ә. Қ., *к.ф.н., профессор*

Шокубаева З. Ж., *технический редактор*

---

За достоверность материалов и рекламы ответственность несут авторы и рекламодатели

Редакция оставляет за собой право на отклонение материалов

При использовании материалов журнала ссылка на «Вестник Торайгыров университета» обязательна

<https://doi.org/10.48081/WIPK6880>

**\*Г. Е. Наманаева<sup>1</sup>, Б. К. Жумабекова<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Торайғыров университет,  
Республика Казахстан, г. Павлодар.

<sup>1</sup>ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-5825-4724>

<sup>2</sup>ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3327-0931>

\*e-mail: [namanayeva.g@gmail.com](mailto:namanayeva.g@gmail.com)

## **ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА В СТЕНДАП-ДИСКУРСЕ КАЗАХСТАНА И США**

В данной статье представлен лингвостилистический анализ скриптов стендап-комедии в Казахстане и США. Цель исследования заключается в выявлении сходств и различий в использовании языковых средств, способствующих созданию комического эффекта, на материале стендап-выступлений казахстанских (Г. Калиакбаров, А. Меркуль) и американских (Джимми О. Ян, Рафи Бастос) комиков. Методологическую основу исследования составили теоретические методы, контент-анализ, лингвостилистический и статистический методы, а также сопоставительный лингвокультурологический анализ. Особое внимание уделено таким лингвостилистическим средствам, как гипербола, повтор, батос, дискурсивные маркеры, разговорная лексика, вульгаризмы, прецедентные феномены и окказионализмы. Установлено, что несмотря на различие культурных контекстов и социально-коммуникативных установок, комики обеих стран активно прибегают к схожим языковым приемам, демонстрируя при этом выразительную стилистическую и тематическую специфику. В американском стендапе преобладают этнические, политические и гендерные темы, в то время как казахстанские исполнители акцентируют внимание на семейных, социально-бытовых и межпоколенческих аспектах. Статья раскрывает потенциал стендап-комедии, отражающей особенности национального менталитета, а также подчеркивает ее значимость в контексте межкультурной коммуникации, прагмалингвистики, лингвокультурологии и лингвостилистики.

*Ключевые слова: юмор, стендап, стендап-комедия, стендап-дискурс, лингвостилистические средства, лингвокультурологический анализ.*

## **Введение**

Стендап-комедия выступает как разновидность юмористического дискурса, в которой отчетливо проявляются этнические, культурные, общественные и языковые различия. Она служит маркером коллективной идентичности, отражая ценности, коммуникативные стратегии и языковые модели конкретного сообщества.

Являясь одновременно универсальным и национально обусловленным, стендап отличается высокой степенью вариативности и восприимчивости к социолингвистическим изменениям, что позволяет ему опережать другие жанры устной речи в выражении актуальных общественных тенденций [1, с. 71].

В силу своей коммуникативной специфики стендап-дискурс становится объектом изучений когнитивной лингвистики, лингвокультурологии, pragmatики и лингвостилистики. Однако, несмотря на значительные достижения в исследовании структурных и pragmatических особенностей стендапа (Л. Минц, И. Филани, Х. Ким и Д. Шерман, К. Крамш и др.), остается недостаточно изученным его сравнительный анализ в условиях межкультурного взаимодействия.

Лоуренс Минц называет стендап-комедию «arguably the oldest, most universal, basic, and deeply significant form of humorous expression», что в переводе означает: возможно, одна из самых древних, универсальных, фундаментальных и глубоко значимых форм юмористического самовыражения [2, с. 71]. Автор интерпретирует термин, как действие исполнителя, который ведет себя комично и/или произносит забавные реплики перед аудиторией, не используя костюмы, реквизиты, декорации или другие драматические элементы.

Что касается содержания, то речевые высказывания, используемые в стендап-комедии, формируют первичный продукт данного вида искусства. Согласно Демьяновой Ю. А., «основным содержанием стендапа является монолог человека, который, благодаря творческой индивидуальности, стремится передать аудитории определенную информацию и свое отношение к ней» [3, с. 55]. К специфическим особенностям автор относит и сильное эмоционально-логическое воздействие на аудиторию, которой предоставляется возможность по-новому осмыслить окружающую действительность, а также социальные и личные аспекты жизни.

И. Филани утверждает, что деятельность комика определяется тем, как он конструирует и преподносит свои шутки, и тем, как аудитория их интерпретирует. Отсюда следует, что содержание выступления определяется речевыми высказываниями комика [4, с. 53–57].

Л. Минц называет стендап-комиков представителями комического, медиаторами и артикуляторами культуры [2, с. 75]. Это утверждение подчеркивает роль комиков как выразителей общественных взглядов через их выступления. В аналогичном ключе Х. Ким и Д. Шерман отмечают, что люди выражают свои убеждения посредством медиа [5, с. 2]. Следовательно, стендап-комедия может рассматриваться как средство самовыражения, позволяющее передавать личные убеждения, опыт и ценности через речь и действия. Выступления комиков могут служить способом артикуляции внутренних переживаний, что делает их социально значимыми.

Связь между языком и культурой особенно ярко прослеживается в трудах Клэр Крамша, которая подчеркивает, что язык не только выражает, но и «embodies cultural reality», то есть воплощает культурную реальность [6, с. 7]. В данном контексте можно выделить два ключевых аспекта: во-первых, язык представляет собой инструмент выражения культурной реальности, а во-вторых, он служит механизмом ее воплощения.

Таким образом, стендап-комедия выступает не только как форма юмора, но и как способ отражения культурных, социальных и этнических особенностей общества.

### **Материалы и методы**

Для исследования были случайным образом отобраны стендап-выступления казахстанских (Галым Калиакбаров, Александр Меркуль) и американских (Джимми О. Ян, Рафи Бастос) комиков с видеохостинга Youtube за период 2023–2025 гг. Общая продолжительность всех записей составляет 4 часа 43 минуты, корпус объемом 41 622 токенов на английском и русском языках в письменной фиксации. Данные исполнители отобраны в связи с их уникальной манерой построения комического дискурса и популярностью. Их контент регулярно попадает в алгоритмические рекомендации социальных сетей, что подтверждает актуальность их юмора и его резонанс среди зрителей.

Настоящее исследование направлено на выявление сходств и различий между юмором в стендап-комедии США и Казахстана, где шутки отражают культурные ценности через тематическую направленность и лингвостилистическое оформление. В рамках исследования был проведен анализ употребления ряда выразительных средств, включающих гиперболу, повторения, батос, дискурсивные маркеры, разговорную лексику и вульгаризы в стендап-выступлениях американских и казахстанских

комиков (см. Таблицу 1). Эти языковые единицы называются вербальными феноменами, предложенные Гильмутдиновой А. Р. в ее статье «Cross-cultural study of American and British stand-up» [7, с. 2136], где они рассматриваются как ключевые признаки комедийного дискурса в межкультурном контексте.

Помимо «вербальных феноменов», выделенных данным исследователем, нами были предложены еще два лингвостилистических средства, имеющих высокую прагматическую и стилистическую значимость в стендап-дискурсе, такие как: прецедентные феномены и окказионализмы.

Таблица 1 – Средние показатели американского и казахстанского стендап-юмора

Вербальные языковые феномены	Американский стендап			Казахстанский стендап		
	Джимми О. Ян	Рафи Бастос	Итого	Галым Калиакбаров	Александр Меркуль	Итого
Гиперболы	15	12	27	14	16	30
Повторения	20	15	35	20	18	38
Батос	8	7	15	8	9	17
Дискурсивные маркеры	17	22	39	18	18	36
Разговорная лексика	25	30	55	25	28	53
Вульгаризмы	13	10	23	12	14	26
Прецедентные феномены	35	25	60	18	28	46
Окказионализмы	3	3	6	3	5	8

Методологически данное исследование опирается на 5 групп методов: теоретические методы (анализ, синтез и обобщение) для формирования понятийного аппарата и выбора подхода; контент-анализ – систематический отбор и описание языковых явлений на материале стендап-скриптов; лингвостилистический анализ – анализ стилистических средств (гиперболы, повторения, батос, дискурсивные маркеры и т.д.) и их функции (создание комического эффекта, эмоциональное воздействие на аудиторию, создание экспрессии), который дает «возможность глубоко и полно оценить строй, средства и приемы языка, а также степень их воздействия на адресата» [8, стр. 40]; статистические методы, были выделены наиболее частотные лингвостилистические средства и их относительное распределение в обоих корпусах; сравнительный лингвокультурологический анализ тематики скриптов, выявлены как общие, так и уникальные черты национального менталитета.

## Результаты и обсуждение

Мониторинг данных показал, что, несмотря на жанровое разнообразие стендап-комедии в Казахстане и США, выступления в обоих регионах обладают рядом схожих черт. Они имеют четкую структуру: вступление и заключение, содержат группы шуток, объединенные по теме или по смыслу, а также зависят от контекста – ситуации, времени и места выступления.

Среди выразительных средств, характерных для речи стендап-комиков, особое место занимает гипербола, как стилистическая фигура, основанная на преднамеренном количественном или качественном усилении либо ослаблении признаков объекта для повышения выразительности и эмоционального воздействия. Этот прием широко распространен как в американской, так и в казахстанской стендап-комедии (см. Таблицу 1). Комики, как правило, выстраивают повествование, опираясь на реалистичный сюжет, который затем доводится до абсурда, посредством гиперболизированного описания событий и обстоятельств, тем самым усиливая и развивая комический эффект предшествующих шуток. Например, Рафи Бастос прибегает к гиперbole в следующих высказываниях:

*- It's just this sh\*t storm on top of you, and I could see a lot of spouses being like, I'm out. You're ruining my life because you're one of the first.*

Гиперболизация представлена в выражении «You're ruining my life», что буквально означает «Ты разрушаешь мою жизнь». В реальности ни один конкретный человек не способен одномоментно разрушить всю жизнь собеседника, что делает это утверждение стилистически маркированным. Также фраза «sh\*t storm on top of you» – это экспрессивная гипербола, основанная на концептуальной метафоре по Дж. Лакоффи и М. Джонсону «Проблемы – это шторм» [9]. Данная метафора относится к типу структурных метафор, где одна абстрактная сфера (проблемы) осмысляется через более конкретную и физическую (шторм). Такой перенос позволяет визуализировать и эмоционально заострить суть затруднительной ситуации, сделав ее восприятие более интенсивным.

*- This guy adopts Ted Bundy, which like man talk about like a bad adoption... That's like the opposite of winning the lottery. You're like, you got to raise Ted Bundy.*

В данном случае наблюдается двойная гиперболизация: во-первых, противопоставление «*the opposite of winning the lottery*». Лотерея является символом высшей удачи, а противоположное значение предполагает крайнюю степень невезения. Во-вторых, во фразе «*you got to raise Ted Bundy*» речь идет не о буквальном воспитании серийного убийцы Теда Банди (Теодор Роберт (Тед) Банди — это американский серийный убийца, похититель людей и насильник), а об использовании его имени в качестве универсального символа

крайнего проявления социального зла. Имя Теда Банди в данном контексте выступает прецедентным (1), так как вызывает устойчивые ассоциации, связанные с жестокостью и аморальностью. Подобная риторическая стратегия задействует прием преувеличения с целью эмоционального воздействия на зрителей.

Пример употребления гиперболы Александром Меркулем:

*- Если я попаду в аварию... Жена – последний человек, которому я позвоню. Я второму участнику аварии раньше позвоню. Потому что, если позвоню жене – я там уже виноват.*

Гиперболизация выражается в утверждении, что жена «последний человек», которому он позвонит после аварии. Очевидно, это не соответствует реальности, однако именно в этом заключается комичность. Комик доводит житейскую ситуацию до абсурда, обыгрывая страх перед упреками жены.

Во всех вышеперечисленных примерах гипербола выполняет две основные функции: эмоционально-экспрессивную функцию – создает стилистический эффект преувеличения, усиливает выразительность речи и комическую функцию – работает в рамках гиперболизированного абсурда, что является характерной чертой разговорного и стендап-дискурса.

Анализ верbalного юмора стендап-комиков с лингвистической точки зрения позволил выявить еще одну характеристику дискурса стендап-комика – использование повторения. Хотя комики заранее подготавливают свои шутки, они исполняются устно, поэтому повторение, являющееся типичной чертой любого устного дискурса, часто применяется комиками для создания юмористического эффекта. Повторение может использоваться для усиления ритмического рисунка шутки. Это могут быть повторы слов, часто встречающиеся в оговорках, повторение слов и ситуаций. Например, Галым Калиакбаров говорит:

*- Что-то кушать уже хочется. Может поедем покушаем? – Не, там пробки могут быть. – В смысле пробки? Сейчас 3 часа дня. – Это же Астана, здесь в любой момент может пробка начаться. – Давай хотя бы тут сходим, рядом заведение, покушаем. – Там дождь же... - Какой дождь? Сейчас солнце... Только что... - Аха! Ты что? Это же Астана, здесь в любой момент может дождь начаться.*

Повторение синтаксической конструкции «здесь в любой момент...» создает ритмическую параллель, усиливая абсурдность повседневного. Ключевая фраза «Это же Астана» выполняет функцию прецедентного высказывания и служит универсальным объяснением любых абсурдных ситуаций, от возможных пробок до внезапного дождя в ясную погоду. Это отсылка к коллективному опыту и культурным стереотипам, связанными с образом Астаны, как города с непредсказуемыми климатическими и

транспортными условиями. Причина переменчивости погоды обусловлена резко континентальным климатом с перепадами температуры, порывистыми ветрами и быстрой сменой погодных условий. Пробки в Астане возникают часто по ряду причин, таких как: городская инфраструктура, быстрое расширение города и непредсказуемость трафика (ДТП, дорожные работы, перекрытия улиц и т.д.).

*- Я говорю: «Доча, что не спишь?» (Дочь комика является лунатиком). А потом понимаю, что это не она. Она смотрит мимо меня и говорит: - «Они уже здесь...». И начинает ходить вокруг кровати: «Они уже здесь... они уже здесь...» - Я просто: «АИДА!». Так страшно.*

В примере «Они уже здесь... они уже здесь...» реализуется эффект нарастающей тревожности, типичный для жанра хоррор. Усиление напряжения, а затем, внезапное переключение на бытовой юмор разрушает нарастающую тревогу, создавая эффект разрядки.

Джимми О. Ян, американский стендап-комик, часто употребляет данный стилистический прием в своих выступлениях.

*- I love you. I love you. I love all my friends, man. All my day ones.*

Повтор фразы «I love you» подчеркивает комическую чрезмерность и переигранность, имитируя шаблонные признания в любви аудитории, создавая ироничный эффект.

Таким образом, повторение в стендапе функционирует не только как средство стилистического оформления речи, но и как инструмент манипуляции вниманием аудитории, построения нарратива, усиления юмористического эффекта и создание эмоциональной вовлеченности.

Метод «батос», предполагающий резкий переход от возвышенного стиля к разговорному, а порой и вульгарному, одинаково часто встречается как в казахстанском, так и в американском стендапе (см. Таблицу 1). Этот прием позволяет представить незначительные ситуации в качестве имеющих решающее значение. Например, Александр Меркуль шутит: «Мы еще обратно в Астане живем. Классно, да? Да, о, да, клево! Обратно в Астане!». Интонационно она оформлена как восторженное утверждение, многократно усиленное повторяющимися фразами. Однако комизм заключается в precedentной ситуации «Обратно в Астане», ассоциирующейся у аудитории с неоднократными переименованиями (Акмола, Астана, Нур-Султан и снова Астана). В данном случае батос реализуется через переход от чрезмерно восторженной интонации к бытовой и ироничной отсылке к знакомым реалиям городской жизни.

Еще одно различие, которое нельзя игнорировать, заключается в том, что американские стендап-комики используют значительно больше дискурсивных маркеров, служащих для связи высказываний и поддержания

непрерывности повествования. К таким выражениям относятся «*I mean*», «*look*», «*okay*» и другие. Например, в скриптах Джимми О. Ян и Рафи Бастоса часто встречаются следующие дискурсивные маркеры: «*Come on*», «*You know*», «*Alright*», «*And look*» «*I'm just saying*», «*That's right*», «*Yeah*», «*I mean*», «*OK*», «*Well*», «*Right*», «*Anyway*», «*Oh*». У Галыма Калиакбарова и Александра Меркуля: «*Короче*», «*Ладно*», «*Ну вот...*», «*Кстати*», «*Просто*», «*Знаете*», «*Типа*», «*Ну не знаю*» и т.д. Они позволяют комику выиграть время для планирования дальнейшего высказывания или выразить неуверенность. Дискурсивные маркеры также используются для смены темы повествования или подготовки к следующей шутке.

Американский стендап характеризуется большим количеством разговорных выражений, вульгаризмов и обсценной лексики по сравнению с казахстанской (см. Таблицу 1). Разговорная лексика является неотъемлемой частью стендап-дискурса, способствуя созданию эффекта непосредственного общения с аудиторией. Американские комики часто используют сленг, просторечные выражения и фразы, характерные для неформального общения. Например, Джимми О. Ян использует: «*Yo, what was that? Is that a unicorn?*». Междометие «*Yo*» характерно для разговорной речи американского английского, особенно в городском сленге и молодежных субкультурах. Оно используется для привлечения внимания собеседника и задает неформальный тон общения.

Разговорная лексика позволяет стендап-комикам лучше передавать эмоциональную насыщенность повествования, создавая ощущение доверительного общения с публикой.

Вульгаризмы являются важным элементом стендапа, поскольку они подчеркивают эмоциональную экспрессию и приближают речь комика к живой разговорной речи. Комики часто используют ненормативную лексику для усиления комического эффекта или выражения крайней степени эмоций. Например, Джимми О. Ян часто употребляет слово *Ish\*t* в своих выступлениях:

- *I love BTS (2). You guys probably heard in the news they gotta go to the mandatory Korean army, right? The most popular people in the world, they gotta go sign up for Korean military. That's some gangster sh\*t.*

Слово «*sh\*t*» в английском языке относится к числу наиболее частотных ненормативных единиц. Оно выполняет не только функцию эмоциональной разрядки, но и используется для выражения оценки, подчеркивая необычность или интенсивность ситуации. В примере «*That's some gangster sh\*t*», вульгаризм не несет прямого значения, а используется метафорически, в значении чего-то крутого, авторитетного или вызывающего восхищение. Так же слово «*gotta*» (сокращенная форма от «*go to*») является ярким примером

разговорной, неформальной речи. Галым Калиакбаров делает ставку на более резкие выражения: «*Твою мать!*». Это пример экспрессивного вульгаризма, представляющую собой стереотипную, клишированную форму брани. Матерная лексика русского языка активно проникли в повседневный языковой репертуар казахстанцев в советский период. Они закрепились в лексиконе как культурно-маркерные элементы неформального, уличного стиля речи.

Прецедентные феномены (Таблица 1) представляют собой культурно и ментально значимые языковые единицы (имена, фразы, тексты), хорошо узнаваемые представителями определенного социума.

Согласно исследователям, Назаровой Р. З. и Золотареву М. В., прецедентные феномены обладают следующими характеристиками: общеизвестны всем представителям национально-лингвокультурного сообщества; актуальны на когнитивном (познавательном и эмоциональном) уровне; регулярно воспроизводятся в речевой деятельности представителями данной лингвокультуры. Как отмечают авторы, «к прецедентным феноменам Д. Б. Гудков, В. В. Красных, И. В. Захаренко и Д. В. Багаева относят прецедентный текст, прецедентную ситуацию, прецедентное высказывание и прецедентное имя» [10, с. 19].

В стендап-комедии прецедентные феномены функционируют как сигналы коллективной памяти и позволяют комику оперировать с уже знакомыми аудитории смыслами, усиливая комический эффект за счет эффекта узнавания.

*- Мама советует уринотерапию по Малахову...*

Малахов – прецедентная персона Геннадий Малахов, ведущий ряда программ про ЗОЖ, и метод нетрадиционного лечения – уринотерапия, популяризируемый данной личностью. Геннадий Петрович Малахов был ведущим таких шоу, как «Совет на здоровье» (2017), «Азбука здоровья» (2016), «Доброго здоровьица» (2012). Отсылка к телевизионному образу «народного целителя» вызывает у зрителей узнавание и отторжение, создавая комический эффект нелепости.

*- Гарнитур чехословакций. Такой страны уже нет!*

Гарнитур чехословакций – прецедентное высказывание. Чехословакия или Чехословацкая республика, название государства в центральной Европе, существовавшего в 1918–1993 гг. Упоминание исчезнувшей страны в контексте устаревшей мебели создает эффект временного контраста: вещь осталась, а страна – производитель, исчезла. За данным феноменом стоят воспоминания о советском быте, импортном качестве и распавшихся государствах. Подобные высказывания дают возможность осмысления времени с позиции иронии и культурной дистанции.

Примеры использования прецедентных феноменов в выступлениях американских стендап-комиков были представлены выше (1), (2). Они активно используются как американскими (60 единиц), так и казахстанскими комиками (46 единиц), что свидетельствует о высокой степени зависимости комедийного дискурса от культурно значимых отсылок и интертекстуальных элементов, обеспечивающих мгновенную узнаваемость.

Еще одним лингвостилистическим средством, наличие которых свидетельствует о высокой степени креативности и языковой свободы комика, являются окказионализмы. Это индивидуально маркированные неологизмы, образованные по нестандартным моделям или с нарушением языковой нормы. Согласно Альжановой А. Б. и Альжанову М., «словообразовательным приемом создания языковой игры являются окказионализмы. Окказионализмы «придумываются» специально. Из-за необычных образований они приобретают выразительность» [11, с. 50]. Например: «У меня был друг. В детстве его называли «Дрыщ». Сейчас ему 30 лет, весит 130 кг. В телефоне подписан как «Жирный Дрыщ»» (А. Меркуль). Жирный Дрыщ – окказионализм, возникший в конкретной коммуникативной ситуации и не закрепленный в общеупотребительном языке. В его основе лежит намеренное сочетание противоположных по смыслу слов, создающее парадокс и усиливающее комический эффект.

Данный анализ показывает, что оба корпуса демонстрируют схожие тенденции в использовании вербальных языковых феноменов. Однако казахстанские комики чаще используют гиперболы и батос, тогда как американские – дискурсивные маркеры и прецедентные феномены. В целом, наблюдается относительное равенство в использовании разговорной лексики и повторений, что свидетельствует о глобализации стендап-культуры и адаптации схожих стилистических приемов в разных языковых средах.

Тематики стендап-выступлений американских и казахстанских комиков отражает как общие жанровые тенденции, так и культурные различия, обусловленные особенностями национального самосознания. В обоих стендап-корпусах наблюдается преобладание тем, связанных с повседневной жизнью, социальными реалиями и стереотипами, однако фокус этих тем существенно различается.

Американские комики, Джимми О. Ян и Рафи Бастос, активно затрагивают вопросы этнической идентичности и культурных стереотипов. Например, Джимми О. Ян с сарказмом подчеркивает интеграцию азиатской культуры в американское общество: «*Even white people know BTS now. That's progress*» (*BTS – это популярная южнокорейская музыкальная группа*). Рафи Бастос, в свою очередь, строит юмор на стереотипах о бразильцах и американцах, противопоставляя культурные привычки двух наций.

Например, он иронизирует над стереотипами американцев о Бразилии как о стране без цивилизации, саркастически перечисляя «достижения» вроде света, бананов, Кока-Колы. В Казахстане схожую роль выполняет юмор, основанный на постсоветском опыте и традиционных ценностях.

Политическая сатира занимает значительное место в американском стендапе. В выступлениях Рафи Бастоса нередко звучит ирония в адрес власти, тогда как в Казахстане подробная критика завуалирована. Так, Александр Меркуль, например, использует абсурдную гиперболу для обозначения приоритетов казахстанских властей: *«Коррупцию мы оставляем, но полиэтилен идет на хр\*н!»*. Комический эффект строится на контрасте между действительно серьезной проблемой, коррупцией, и сравнительно незначительной темой, запретом пластиковых пакетов. Такое несоответствие позволяет высмеять приоритеты государственной политики, не прибегая к прямой конфронтации.

Другим важным аспектом является различие в восприятии социальной мобильности. Американские стендап-комики шутят о карьерных сложностях и иммиграции, тогда как казахстанские выступления чаще затрагивают тему экономической нестабильности и социальных ожиданий. Например, у Галым Калиакбарова встречается насмешка над традиционной моделью семейных ролей: *«Вот у меня жена занималась бальными танцами. И недавно дочке говорит: «Ты пойдешь на бальные танцы!»*. Дочь отвечает: *«Нет, мам, я не твоя собственность»*, что демонстрирует актуальность темы смены ценностей поколений.

Кроме того, американские стендап-комики часто прибегают к сексуальной тематике и обсуждению гендерных вопросов. В казахстанском стендапе же подобные темы затрагиваются реже, а если и поднимаются, то, как правило, в контексте семейных отношений и традиционных взглядов на роль женщины и мужчины.

### **Выводы**

Анализ выступлений американских и казахстанских стендап-комиков выявил как универсальные, так и специфические черты их дискурса, демонстрируя значительное влияние культурных и исторических факторов на формирование национальных традиций комического жанра.

Важнейшим аспектом, выявленным в ходе исследования, является тематическое различие в стендап-комедийном дискурсе двух культур. Американские комики акцентируют внимание на проблемах расовой и этнической идентичности, социальной мобильности и политической сатиры, что отражает высокий уровень демократических дискуссий и мультикультурализма в обществе. В казахстанские стендапе, напротив, доминируют темы семейных ценностей, экономической нестабильности

и межпоколенческих отношений, что обусловлено значительной ролью традиций и коллектиivistских норм в казахстанской культуре.

Сопоставление корпусов американских и казахстанских стендап-комиков выявило как универсальные, так и уникальные черты лингвостилистической организации их высказываний. Так, в обоих корпусах активно используются такие выразительные средства, как гиперболы, повторения, разговорная лексика и вульгаризмы, что подтверждает наличие типологических сходств в механизмах создания комического эффекта. В то же время были зафиксированы значимые различия, например, американские комики чаще прибегают к сленгу, обсценной лексике и дискурсивным маркерам, выстраивая речь как спонтанный диалог с залом. Их высказывания стилистически ближе к устной речи и ориентированы на разрушение социальных табу через языковую провокацию. В казахстанском стендапе, напротив, речевая структура оказывается более литературной и культурно детерминированной. Обсценная лексика используется значительно реже, что объясняется нормативными и культурными ограничениями. Кроме того, количественный анализ показал, что в американским стендап-дискурсе несколько выше число прецедентных феноменов, что свидетельствует о высокой плотности отсылок к общекультурному и политическому контексту. В то время как в казахстанском материале встречаются чаще окказионализмы, авторские нововведения, демонстрирующие стремление к языковой игре и адаптации выражений к местным реалиям.

Следовательно, стендап-комедия характеризуется высокой степенью языковой вариативности и выраженной социокультурной маркированностью. Изучение стендап-дискурса позволяет не только выявить механизмы комического, но и зафиксировать, как язык функционирует в качестве коллективной памяти, идентичности и критического взгляда на общественные нормы.

### Список использованных источников

1 **Кулинич, М. А.** Семантика, структура и прагматика англоязычного юмора [Текст]: дис. ... доктора культур. наук / М. А. Кулинич. – М. – 2000. – 293 с.

2 **Mintz, L. E.** Standup Comedy as Social and Cultural Mediation [Text]. American Quarterly, 37(1). – 1985. – P. 71–80.

3 **Демьянова, Ю. А.** Стендап в аспекте межкультурного взаимодействия [Текст] / Ю. А. Демьянова, А. Р. Насырова, В. Т. Абишева // Вестн. Евр. нац. ун-та им. Л. Н. Гумилева, № 4(145). – 2023. – С. 54–61.

4 **Filani, I.** Discourse types in stand-up comedy performances: an example of Nigerian stand-up comedy [Text] // European Journal of Humour Research, 3. – 2015. – P. 41–60.

5 **Kramsch, C.** Language and Culture [Text] – New York : Oxford University Express, 1998.

6 **Kim, H. S., Sherman, D. K.** «Express Yourself» : Culture and the Effect of Self-Expression on Choice [Text] // In press, Journal of Personality and Social Psychology, 1. – 2007. – P. 1–14.

7 **Gilmutdinova, A. R., Biktemirova, Ella, Goulkanyan, M. K., Nikolaeva, O. A.** Cross-cultural study of American and British stand-up [Text]. // Man in India. – 2016. – Vol. 96 N7. – P. 2133–2144.

8 **Кульнина, Е. А.** Лингвостилистический анализ как средство изучения особенностей построения и понимания различных видов текстов [Текст] / Е. А. Кульнина // Известия ВГПУ. – № 5(158). – 2021. – С. 40–43.

9 **Лакофф, Дж., Джонсон, М.** Метафоры, которыми мы живем [Текст]. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.

10 **Назарова, Р. З.** Прецедентные феномены : проблемы дефиниции и классификации прецедентных феноменов [Текст] / Р. З. Назарова, М. В. Золотарев // Изд. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. № 2. – 2015. – С. 17–23.

11 **Альжанова, А. Б.** Комический дискурс русскоязычной прессы Казахстана [Текст] / А. Б. Альжанова, М. Альжанов // Вестн. Каз. нац. ун-та им. аль-Фараби, 54 том, № 4. – 2019. – С. 47–56.

## References

1 **Kulinich, M. A.** Semantika, struktura i pragmatika angloyazy'chnogo yumora [Semantics, structure, and pragmatics of English-language humor] [Text]: diss. ... doktora kul'tur. nauk / M. A. Kulinich. – Moskva, 2000. – 293 p.

2 **Mintz, L. E.** Standup Comedy as Social and Cultural Mediation [Text] // American Quarterly, 37(1). – 1985. – P. 71–80.

3 **Dem'yanova, Yu. A.** Stendap v aspekte mezhkul'turnogo vzaimodejstviya [Stand-up comedy in the context of intercultural communication] [Text] / Yu. A. Dem'yanova, A. R. Nasy'rova, V. T. Abisheva // Vestn. Evr. nac. un-ta im. L. N. Gumileva. – № 4(145). – 2023. – P. 54–61.

4 **Filani, I.** Discourse types in stand-up comedy performances: an example of Nigerian stand-up comedy [Text] // European Journal of Humour Research, 3. – 2015. – P. 41–60.

5 **Kramsch, C.** Language and Culture [Text]. – New York : Oxford University Express, 1998.

6 **Kim, Heejung S., Sherman, David K.** «Express Yourself»: Culture and the Effect of Self-Expression on Choice [Text] // In press, Journal of Personality and Social Psychology, 1. – 2007. – P. 1–14.

7 **Gilmutdinova, A. R., Biktemirova, Ella, Goulkanyan, M. K., Nikolaeva, O. A.** Cross-cultural study of American and British stand-up [Text]. Man in India 2016. – Vol. 96 N7, – P. 2133–2144.

8 **Kul'nina, E. A.** Lingvostilisticheskij analiz kak sredstvo izucheniya osobennostej postroeniya I ponimaniya razlichny'x vidov tekstov [Linguostylistic analysis as a tool for studying the specific features of text construction and comprehension across various text types] [Text] / E. A. Kul'nina // Izvestiya VGPU. – № 5 (158). – 2021. – P. 40–43.

9 **Lakoff Dzh., Dzhonson M.** Metafory', kotory'mi my' zhivem [Metaphors we live by] [Text]. – M. : Editorial URSS. – 2004. – 256 p.

10 **Nazarova, R. Z.** Precedentny'e fenomeny': problemy' definicii i klassifikacii precedentny'x fenomenov [Precedent phenomena: issues of definition and classification] [Text] / R. Z. Nazarova, M. V. Zolotarev// Izd. Sarat. Un-ta Nov. ser. Ser. Filologiya. Zhurnalista. № 2. – 2015. – P. 17–23.

11 **Al'zhanova, A. B.** Komiceskij diskurs russkoyazy'chnoj pressy' Kazaxstana [Comic discourse of Russian-language press in Kazakhstan] [Text] / A. B. Al'zhanova, M. Al'zhanov // Vestn. Kaz. Nac. Un-ta im. al'-Farabi, 54 tom, № 4. – 2019. – P. 47–56.

Поступило в редакцию 10.04.25.

Поступило с исправлениями 15.09.25.

Принято в печать 25.11.25.

\*Г. Е. Наманаева<sup>1</sup>, Б. К. Жумабекова<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Торайгыров университеті,

Қазақстан Республикасы, Павлодар қ.

10.04.25 ж. баспаға түсті.

15.09.25 ж. түзетулерімен түсті.

25.11.25 ж. басып шығаруға қабылданды.

## ҚАЗАҚСТАН МЕН АҚШ СТЕНДАП-ДИСКУРСЫНДА КОМИКАЛЫҚ ӘСЕР ТУДЫРАТЫН ЛИНГВОСТИЛИСТИКАЛЫҚ ҚҰРАЛДАРЫ

*Осы мақалада Қазақстан мен АҚШ-тагы сендал-комедияга лингвостилистикалық талдау ұсынылады. Зерттеудің мақсаты – комикалық әсер тудыратын тілдік құралдарды қолданудағы*

ұқсастықтар мен айырмашылықтарды анықтау. Талдау материалы ретінде қазақстандық (Г. Калиакбаров, А. Меркуль) және америкалық (Джимми О. Янг, Рафи Бастос) комиктердің стендап-опер корсетілімдері алынған. Зерттеудің әдіснамалық негізін теориялық әдістер, контент-талдау, лингвостилистикалық және статистикалық әдістер, сондай-ақ салыстырмалы лингвомәдени талдау құрайды. Ерекше назар гипербола, қайталау, батос, дискурсивтік маркерлер, ауызекі лексика, вульгаризмдер, прецеденттік құбылыстар мен окказионализм сияқты лингвостилистикалық құралдарга аударылады. Зерттеу нәтижесінде мәдени контексттің әртүрлілігіне қарамастан, қос елдің комиктері үқас тілдік тәсілдерді белсенді қолданатыны, сонымен қатар стилистикалық және тақырыптық ерекшеліктерді корсететіні анықталды. Америкалық стендапта этикалық, саяси және гендерлік тақырыптар басым болса, қазақстандық орындаушылар отбасы, әлеуметтік-тұрмыстық және үрпақаралық мәселелерге көбірек назар аударады. Мақалада стендап-комедияның ұлттық менталитет пен тілдік дүниетаным ерекшеліктерін бейнелеудегі әлеуметті ашылады және ол межелі мәдениетаралық коммуникация, прагмалингвистика, лингвомәдениеттану мен лингвостилистика аясында пайдалы болуы мүмкін.

Кілтті сөздер: әзіл, стендап, стендап-комедия, стендап-дискурс, лингвостилистикалық құралдар, лингвомәдени талдау.

\*G. Ye. Namanayeva<sup>1</sup>, B. K. Zhumabekova<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Toraighyrov University,  
Republic of Kazakhstan, Pavlodar.

Received 10.04.25.

Received in revised form 15.09.25.

Accepted for publication 25.11.25.

## **LINGUOSTYLISTIC MEANS OF CREATING COMIC EFFECT IN STAND-UP DISCOURSE OF KAZAKHSTAN AND THE USA**

*This article presents a linguostylistic analysis of stand-up comedy scripts in Kazakhstan and the USA. The aim of the study is to identify similarities and differences in the use of linguistic means that create a comic effect on the material of stand-up performances of Kazakhstani (G. Kaliakbarov, A. Merkul) and American (Jimmy O. Yang, Rafi Bastos) comedians. The theoretical methods, content analysis, linguostylistic*

*and statistical methods, comparative linguocultural analysis formed the methodological basis. Particular attention was paid to such stylistic means as hyperbole, repetition, bathos, discourse markers, colloquial vocabulary, vulgarisms, precedent phenomena and occasionalisms. It was found that despite the difference in cultural contexts, comedians from both countries actively employ similar linguistic techniques, while demonstrating stylistic and thematic specificity. In American stand-up, ethnic, political and gender themes prevail, while Kazakh performers focus on family, social and intergenerational aspects. The article reveals the potential of stand-up comedy reflecting the peculiarities of the national mentality and can be useful in the context of intercultural communication, pragmalinguistics, linguacultural studies and linguostylistics.*

*Keywords: humor, stand-up, stand-up comedy, stand-up discourse, linguostylistic devices, linguocultural analysis.*

Теруге 25.11.2025 ж. жіберілді. Басуға 26.12.2025 ж. қол қойылды.

Электронды баспа

5,64 МБ RAM

Шартты баспа табағы 37,98. Тарапалымы 300 дана.

Бағасы келісім бойынша.

Компьютерде беттеген: А. К. Темиргалинова

Корректорлар: А. Р. Омарова, Д. А. Кожас

Тапсырыс № 4484

Сдано в набор 25.11.2025 г. Подписано в печать 26.12.2025 г.

Электронное издание

5,64 МБ RAM

Усл. печ. л. 37,98. Тираж 300 экз. Цена договорная.

Компьютерная верстка: А. К. Темиргалинова

Корректоры: А. Р. Омарова, Д. А. Кожас

Заказ № 4484

«Toraighyrov University» баспасынан басылып шығарылған

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов қ., 64, 137 каб.

«Toraighyrov University» баспасы

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов қ., 64, 137 каб.

67-36-69

e-mail: [kereku@tou.edu.kz](mailto:kereku@tou.edu.kz)

[www.vestnik.tou.edu.kz](http://www.vestnik.tou.edu.kz)