

*На правах рукописи*



**Бочкарев Арсентий Игоревич**

**АКСИОЛОГИЯ КОМИЧЕСКОГО В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ  
ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ:  
ТЕМЫ, ХАРАКТЕРИСТИКИ, СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ**

Специальность 5.9.6. Языки народов зарубежных стран  
(германские языки) (филологические науки)

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
доктора филологических наук

Нижний Новгород  
2026

Работа выполнена на кафедре иностранных языков технических факультетов ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный технический университет»

**Научный консультант:** **Карасик Владимир Ильич**, доктор филологических наук, профессор, декан филологического факультета, профессор кафедры общего и русского языкознания ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»

**Официальные оппоненты:** **Катермина Вероника Викторовна**, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры английской филологии ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

**Левицкий Андрей Эдуардович**, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры лингвистики, перевода и межкультурной коммуникации факультета иностранных языков и регионоведения ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова»

**Слышкин Геннадий Геннадьевич**, доктор филологических наук, профессор, заведующий научно-исследовательской лабораторией «Лингвобезопасность и психология информационного воздействия» Института права и национальной безопасности ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

**Ведущая организация:** ФГБОУ ВО «Самарский государственный социально-педагогический университет»

Защита состоится «23» сентября 2026 года в 11.00 на заседании диссертационного совета 24.2.344.02 при ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова» по адресу: 603155, г. Н. Новгород, ул. Минина, д. 31а, аудитория 3319.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале научной литературы библиотеки НГЛУ по адресу: 603155, г. Нижний Новгород, ул. Минина, 31а, 3 корпус, ауд. 3503.

Диссертация и автореферат размещены на официальном сайте НГЛУ: <https://www.lunn.ru>

Автореферат разослан «\_\_» \_\_\_\_\_ 2026 г.

Учёный секретарь диссертационного совета,  
кандидат филологических наук, доцент

И.Н. Кабанова

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемая диссертация посвящена изучению аксиологического аспекта комического в англоязычной лингвокультуре.

На текущем этапе развития гуманитарных наук можно выделить два основных подхода к исследованию комического: традиционный и семиотический. В рамках традиционного подхода комическое описывается в ракурсах лингвистики, философии и психологии. В случае семиотического подхода исследования комического делятся на семантические, синтактические и прагматические. В наибольшей степени охарактеризованы прагматические и синтактические аспекты комического, при этом в современных лингвистических работах акцент сделан на изучении семантических характеристик комического. В данной работе для описания семантических характеристик комического применяется лингвоаксиологический подход, объединяющий методы когнитивной лингвистики и психолингвистики. Особое внимание уделяется определению аксиологических концептов, которые формируют ядро как соответствующей лингвокультуры в целом, так и отдельных ее областей.

**Актуальность** исследования особенностей выражения аксиологической концептосферы комического обусловлена рядом факторов:

- комическое представляет собой важнейший инструмент формирования и закрепления ценностей и антиценностей определенной культуры. Однако на данный момент не проведено четкого разграничения между ядерными, ближнепериферийными и дальнепериферийными ценностями и антиценностями комического дискурса;

- аксиологическая система комического относится к комплексным явлениям и включает в себя разноуровневые аксиологические концепты комического, которые могут актуализироваться как сами по себе, так и через их кристаллизацию в различных явлениях действительности, вместе с тем не построена единая разноуровневая аксиологическая система комического, в которой четко разграничиваются все ее составляющие;

- на текущем этапе развития лингвистики аксиологический подход опирается преимущественно на терминологический аппарат и методы когнитивной лингвистики, при этом комплексный лингвоаксиологический анализ требует включения психолингвистических методов исследования.

**Степень разработанности проблемы.** В лингвистической литературе описываются различные комически значимые концепты (В.В. Дементьев, А. Зив, А. Крикманн, В. Раскин и др.), выделяются осмеиваемые социокультурные явления (М.Р. Желтухина, М.А. Кулинич, А.А. Сычев, К.М. Шилихина и др.), исследуются стереотипы в комическом дискурсе (С. Аттардо, Ч. Грунер, Т.В. Семенова и др.), рассматриваются как общие проблемы комического (Аристотель, А. Бергсон, Т. Гоббс, Р. Мартин и др.), так и частные аспекты комического с позиций когнитивной

лингвистики (Н.А. Болдырев, Р. Гиора, А. Греймас, В.З. Демьянков, О.К. Ирисханова, А. Кестлер и др.), лингвокультурологии (С.Г. Воркачев, В.В. Воробьев, В.И. Карасик, В.В. Катермина, Н.А. Красавский, Г.Г. Слышкин и др.), лингвистической семиотики (У. Рух, Д. Спербер, У. Эко и др.).

**Объектом** исследования является концептосфера комического современной англоязычной лингвокультуры. **Предметом** изучения выступают лингвоаксиологические особенности ее объективации и кристаллизации.

**Целью** предлагаемого исследования является характеристика аксиологической составляющей современного комического дискурса в англоязычной лингвокультуре.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

- установить основные комические метаконцепты;
- определить ключевые ценности и антиценности современного комического дискурса;
- описать аксиологическую концептосферу комического;
- выявить социокультурные характеристики объекта комического;
- выделить аксиологическую составляющую социокультурных характеристик комического объекта;
- охарактеризовать основные комически значимые неодушевленные предметы и пространственно-временные континуумы с закрепленными аксиологическими смыслами;
- продемонстрировать особенности кристаллизации аксиологических смыслов в неаксиологических концептах на примере концепта 'war' в американской лингвокультуре.

**Научная новизна исследования** состоит в:

- разработке и применении пятишагового лингвоаксиологического подхода, который объединяет в себе методы психолингвистики (оценка реакции аудитории) и когнитивной лингвистики (определение актуальных когнитивных признаков), при этом в фокусе исследования находятся вербальные и невербальные средства выражения оценки;
- выявлении аксиологической концептосферы комического в англоязычной лингвокультуре с разграничением метаконцептов и концептов-ценностей / антиценностей (ядерных, ближнепериферийных и дальнепериферийных) и определением их процентного соотношения;
- построении разноуровневой аксиологической системы комического, где на первом уровне находятся комические метаконцепты, на втором уровне – ценности и антиценности комического, а третий уровень состоит из комической составляющей разнородных явлений, через которые актуализируются аксиологические смыслы;
- определении особенностей кристаллизации аксиологических смыслов в социокультурных характеристиках человека, неодушевленных

явлениях, пространственно-временных континуумах и неаксиологических концептах в рамках комического.

**Теоретическая значимость** работы заключается в том, что данная диссертация вносит вклад в развитие аксиологической лингвистики путем выделения основных ценностей и антиценностей комического дискурса в англоязычной лингвокультуре, разработке лингвоаксиологического подхода, учитывающего методологию когнитивной лингвистики и психолингвистики, и теории комического путем определения основных осмеиваемых и восхваляемых явлений.

**Практическая значимость** диссертации состоит в возможности использования полученных результатов в курсах языкознания, лексикологии, межкультурной коммуникации, лингвокультурологии, когнитивной лингвистики и аксиологической лингвистики.

**Методология и методы диссертационного исследования.** В основу исследования был положен лингвоаксиологический подход, который состоит из пяти ключевых шагов: установление реакции аудитории, выявление комически значимых характеристик концептов, анализ оценочных реплик, описание языковых особенностей выражения комического, изучение особенностей кристаллизации концептов. Реализация данного подхода предполагает использование следующих **методов анализа**: общенаучный гипотетико-дедуктивный метод, наблюдение, дистрибутивный анализ, понятийный анализ, контекстуальный анализ, компонентный анализ, интерпретативный анализ, элементы статистического анализа.

**Высокая степень достоверности** результатов определяется: обширным обзором теоретических и научно-практических работ, близких к теме исследования автора; применением теоретико-методологического аппарата, адекватного цели, задачам, объекту исследования; объемом эмпирического материала, включающего 71 выпуск стендап-комедий, 201 эпизод ситкомов, 95 эпизодов скетчкомов, 7000 шуток и анекдотов, а также 20 предвыборных митингов.

**Апробация результатов исследования.** Основные положения и результаты исследования докладывались на международных и всероссийских научных конференциях в Лесосибирске (2024), Москве (2022, 2024), Нижнем Новгороде (2024), Новосибирске (2017, 2022), Новосибирске/Симферополе (2024), Омске (2024), Орле (2022, 2024), Пятигорске (2022), Санкт-Петербурге (2015), Тирасполе (2024), Тюмени (2025), Ульяновске (2017, 2024), Ханты-Мансийске (2023), Чебоксарах (2024).

По теме диссертации опубликовано 47 работ общим объемом 37,93 п.л., в том числе 23 статьи в рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК РФ. Объем личного вклада автора составляет 35,85 п.л.

Основную гипотезу реферируемой работы можно сформулировать следующим образом: аксиологическая система комического представляет собой комплексную разноуровневую систему, где аксиологические концепты сначала подразделяются на метаконцепты и концепты-ценности/антиценности, далее концепты-ценности и концепты-антиценности могут актуализироваться как сами по себе, так и кристаллизовываться в определенных социокультурных характеристиках человека, различных неодушевленных предметах, пространственно-временных континуумах и неаксиологических концептах.

В качестве **практического материала** исследования использовались скрипты и видеоматериалы ситуационных комедий, скетчкомов и стендап-концертов американских, британских, австралийских и южноафриканских комедиантов в период с 90-х годов XX в. по начало 20-х годов XXI в. Необходимо подчеркнуть, что основу исследования составили произведения американских и британских авторов, что во многом было обусловлено нижеприведенными критериями отбора. Объем корпуса примеров – 71 выпуск стендап-комедий (13500 шуток), 201 эпизод ситкомов (13500 шуток) и 95 эпизодов скетчкомов (13500 шуток). Таким образом, общее количество шуток составляет 40500. Выбор данных комических жанров обусловлен тем, что в них присутствует либо реальный смех зрителей, либо закадровый смех. Соответственно, можно оценить комичность тех или иных текстовых фрагментов, основываясь на реакции зрителей или задумке автора произведения. Для данного исследования были отобраны те примеры, которые либо повторялись у разных авторов в различных вариациях, либо вызвали интенсивный смех зрителей. Кроме того, при отборе произведений мы основывались на следующих критериях: количество зрителей (в зале/посмотревших произведение в прямом эфире), доступность скриптов (находятся в свободном доступе в сети Интернет) и популярность (рейтинги самих произведений и авторов при наличии, согласно данным IMDb и Netflix) соответствующего произведения. Также для написания третьей главы были дополнительно взяты 7000 анекдотов и шуток, что обусловлено особенностями кристаллизации аксиологических смыслов. Для анализа республиканского комического в рамках рассмотрения комического аспекта информационной войны были отобраны 20 предвыборных митингов Дональда Трампа.

Результаты проведенного исследования позволяют вынести на защиту следующие **положения**:

1. Лингвоаксиологический подход к исследованию комического включает в себя методологию когнитивной лингвистики и психолингвистики и состоит из следующих основных шагов: оценка реакции аудитории на текстовые фрагменты, в которых актуализируются аксиологические концепты; определение комически значимых характеристик актуализируемых концептов; анализ реплик, выражающих

оценку автором текста или героями произведения проявления аксиологических состояний объектами комического; анализ языковых особенностей выражения комического; изучение особенностей кристаллизации аксиологических концептов.

2. Аксиологическая система комического имеет комплексную структуру. На первом уровне находятся комические метаконцепты, которые выступают в качестве комически порождающих концептов. Второй уровень представляет собой концептосферу ценностей и антиценностей комического. Третий уровень состоит из комической составляющей социокультурных характеристик человека, неодушевленных предметов, пространственно-временных континуумов и неаксиологических концептов, через которые актуализируются аксиологические смыслы.

3. Языковые средства выражения комического непосредственно связаны с метаконцептами. В современном комическом дискурсе в языковом плане комическое выражается через ум (каламбуры, метафоры, гиперболы, новые обозначения, сравнения, аллюзии), грубость / цинизм (обценная лексика, описание табуированных процессов, аксиологическая антитеза, ирония) и глупость (незнание языка).

4. Реакции зрителей / коммуникантов на высказывания субъекта комического позволяют установить не только их комичность, но и аксиологический статус актуализируемых концептов. В комическом дискурсе к основным аксиологически значимым реакциям зрителей относятся: одобрительные возгласы, неодобрительные возгласы и аплодисменты. Смех является ключевой реакцией, позволяющей установить комичность высказываний. По степени интенсивности, структурному расположению комических фрагментов и значимости смех можно разделить на подготовительный, основной и инерционный.

5. В современном англоязычном комическом дискурсе в целом «грубое» комическое (грубость, цинизм, жестокость) превалирует над «тонким» комическим (ум).

6. Ядро и ближняя периферия аксиологической концептосферы комического состоят преимущественно из антиценностей. Ценностный сегмент включает в себя явления, имеющие неоднозначный аксиологический статус в лингвокультуре в целом. Набор и процентное соотношение ценностей и антиценностей в разных жанрах отличается друг от друга. Также в аксиологической концептосфере комического можно выделить своеобразную «пограничную зону» между ядром и периферией.

7. В современном англоязычном комическом дискурсе к ключевым социокультурным характеристикам человека, за которыми закрепляются аксиологические смыслы, относятся: профессиональные, этнические, гендерные, социальной успешности. В англоязычной лингвокультуре можно выделить определенные тенденции, характерные для

кристаллизации аксиологических концептов в социокультурных характеристиках человека.

8. Все комически значимые пространственно-временные континуумы можно разделить на глобальные и локальные. В англоязычной лингвокультуре для глобальных пространственно-временных континуумов основной характеристикой является враждебность, т.е. объекты комического, попадающие в данные континуумы, испытывают на себе их отрицательное воздействие. За локальными пространственно-временными континуумами закреплены аксиологические смыслы, которые связаны непосредственно с реализуемой в них деятельностью. Также за пространственно-временными континуумами закреплены определенные лингвокультурные типажи.

9. В современном комическом дискурсе англоязычной лингвокультуры аксиологические смыслы закрепляются преимущественно за дикими животными. Обычно одно животное символизирует одно аксиологическое явление.

10. Концепт 'war' относится к сложным сценарным концептам, реализующимся в разных локациях с меняющимся набором персонажей, объединенных множеством частных целей и одной общей целью, и содержит как предметно-образные, понятийные и аксиологические характеристики, так и частные пространственно-временные континуумы, в которых происходят определенные события, и общий сценарий протекания войны, отображенный в сознании соответствующего народа. В данном концепте в современном комическом дискурсе американской лингвокультуры кристаллизованы аксиологические концепты, пространственно-временные континуумы, лингвокультурные типажи, артефакты-символы. Также важной составляющей концепта 'war' является информационная война.

**Соответствие содержания диссертации паспорту научной специальности, по которой она рекомендована к защите:** диссертационное исследование соответствует специальности 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (германские языки). Направления исследования: 3. Особенности формирования и функционирования конкретного языка или языковой семьи. 4. Общие и индивидуальные тенденции развития языка или языковой семьи. 10. Методы исследования языковых единиц и категорий: структурные и функциональные исследования конкретного языка или языковой семьи, корпусные исследования языка или языковой семьи, когнитивные, коммуникативно-прагматические и стилистические исследования языка или языковой семьи; вопросы перевода различных единиц лексического, грамматического, стилистического уровней с одного языка на другой. 11. Исследование уровневой и культурно- (или национально-) обусловленной специфики в

репрезентации знаний, в том числе, в разных языковых сообществах представителей конкретного языка или языковой семьи.

**Структура работы** определяется целью и задачами исследования и состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной научной литературы, списка лексикографических источников, списка иллюстративного материала и приложений. Каждая глава завершается краткими выводами.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы, устанавливается степень научной разработанности проблемы, формулируются объект и предмет, цель и задачи исследования, выдвигаются гипотеза и основные выносимые на защиту положения, обозначается практическая база исследования, характеризуется его методологическое основание, раскрывается научная новизна, устанавливается практическая и теоретическая значимость.

В **первой главе «Теоретические предпосылки исследования аксиологической концептосферы комического»** обосновывается необходимость описания комического сквозь призму трех семиотических измерений, изучаются основные вопросы теории комического, структурируются ключевые положения аксиологической лингвистики, исследуются особенности актуализации ценностей и формируется методологическая база реферируемого исследования.

**Параграф 1.1. «Теоретическая основа исследования комического»** посвящен изучению основных теоретических положений комической проблематики. На первоначальном этапе обосновывается выбор термина «комическое» в качестве максимально общего понятия для обозначения разнообразных форм юмора и сатиры. Далее раскрываются преимущества рассмотрения комического сквозь призму семиотики. Так, семиотический подход позволяет получить комплексные, междисциплинарные ответы на основные вопросы комического (почему смеются люди? над чем смеются люди? как строится комическое?). В свою очередь, в рамках традиционного подхода к комическому изолированное рассмотрение различных аспектов комического, без учета достижений других наук, представляется довольно односторонним.

При обзоре *прагматического измерения* комического определяются его основные составляющие: коммуникативная ситуация; модель адресант – адресат; параметры сообщения. В целом, можно выделить два вида коммуникативных ситуаций: несерьезную и серьезную. Несерьезность выступает в качестве первостепенного комического параметра коммуникативной ситуации, так как она представляет собой одно из ключевых условий достижения комического эффекта. По базовой

перлокуции все комические тексты подразделяются на юмористические и сатирические. В психологическом плане комическое делится на здоровое и вредное (Martin, 2007). Важным является наблюдение, согласно которому комическое основывается на общих фоновых знаниях и ценностях (Brown, Levinson, 1978: 124). К комически значимым параметрам коммуникантов относятся превосходство, отстраненность, эмоциональная напряженность и преодоление различных психологических состояний, при этом совокупность всех количественных и качественных характеристик коммуникантов непосредственно влияет на степень проявления эмоциональной реакции на определенное комическое высказывание и оценку комичности высказывания для конкретного индивида. Кроме того, важнейшим фактором, который необходимо учитывать при создании комического, является аксиологическая картина мира коммуникантов. В рамках комической коммуникации существуют маркеры адресанта и адресата. В свою очередь, основным перлокутивным эффектом от комического является смех (Kerbrat-Orecchioni, 1981), при этом выделяется множество классификаций смеха. Также существуют другие реакции на комическое, такие как улыбка, аплодисменты, хеклинг, одобрительные и неодобрительные возгласы. К основополагающим параметрам сообщения, которые влияют на создание комического эффекта, относятся: новизна, сложность, неожиданность, двусмысленность, несоответствие, разрешение несоответствия и безобразность.

Современные *семантические исследования* комического делятся на три группы: исследования в рамках традиционной семантики; когнитивные исследования; аксиологические исследования. В традиционных семантических исследованиях приоритетной задачей является категоризация комических произведений по темам. Тематическая классификация анекдотов может базироваться на категоризации как проблемных ситуаций, так и социального статуса участников (Карасик, 2002). К особым кластерам комического относятся юмор абсурда и черный юмор. В основе большинства когнитивных исследований комического лежит теория биссоциации идей. Согласно В. Раскину, комическое возникает в результате сопоставления двух противоположных скриптов, при этом семантическая теория должна состоять из набора всех доступных говорящему скриптов и набора комбинаторных правил (Raskin, 1985). Для аксиологических исследований характерно изучение ценностей/антиценностей комического и установление устойчивых связей между различными социальными группами и соответствующими аксиологическими явлениями. В комическом дискурсе в определенной степени изучены аксиологические характеристики глупости, непривлекательности, пьянства, ума и хитрости. Важной частью аксиологических исследований комического является изучение стереотипов и закрепленных за ними аксиологических смыслов.

Комическими персонажами могут быть: 1) конкретные лица (реальные, вымышленные), 2) представители социальной роли, 3) представители национальности. Также устанавливается устойчивая связь между: определенными местами и стереотипными персонажами (Шмелева, Шмелев, 2002); аксиологическими явлениями и соответствующими пространственно-временными континуумами (Herzog, 2011).

Все работы, посвященные изучению *синтаксических особенностей комического*, можно разделить на три группы по предмету исследования: структурные особенности шутки; комические жанры; интертекстуальность комического. Шутка имеет нарративную структуру, а ее кульминация выступает в качестве главного элемента, приводящего к комическому эффекту. Также к важным структурным элементам шутки относятся коннектор и дизъюнктор (Attardo, 1994). По степени вероятности возникновения комического все жанры можно классифицировать на те, где комическое: обязательно, ожидается, не ожидается, относится к нетипичной черте жанра (Tsakona, 2017: 494). Кроме того, все комические жанры по природе их возникновения можно распределить на заготовленные, спонтанные и ненамеренные (Martin, 2007: 11). Одним из существенных упущений исследований комического является то, что они в большинстве своем посвящены рассмотрению заготовленных жанров, при этом к одному из более или менее изученных спонтанных комических жанров относится насмешка. В современном комическом дискурсе новые жанры возникают преимущественно в интернет-пространстве. Среди популярных жанров интернет-юмора выделяют: мемы (Shifman, 2014), троллинг (Weitz, 2017), пранки (Морозова, Дементьев, 2023). Интертекстуальность комического заключается в связи комических текстов с прецедентными текстами. Соответственно, для адекватного восприятия шутки необходимо иметь определенные сведения о соответствующих прецедентных текстах (Hutcheon, 1985). В комическом дискурсе интертекстуальность ассоциируется с пародией, которая относится и к жанру комического, и к механизму создания комического эффекта.

Важным аспектом исследования комического является изучение его языковых средств выражения, которые можно разделить на семантические (каламбур, метафора и гипербола), прагматические (ирония) и синтаксические (смена регистра, повтор и аллюзия).

**В параграфе 1.2. «Теоретическая основа аксиологической лингвистики»** выделяются и описываются ключевые аспекты аксиологической лингвистики, а именно: характеристики ценностей, типология ценностей, аксиологическая концептуализация действительности, оценка как языковое средство определения аксиологического статуса.

В целом, ценности характеризуются как: обобщенные представления людей о целях и нормах своего поведения; играющие роль

фундаментальных норм; выражающие смыслы культуры; влияющие на интересы и мотивы поведения людей; имеющие основания в индивиде и обществе (Серебренникова, 2011б). В лингвокультурном плане ценности можно охарактеризовать как «высшие ориентиры, определяющие поведение людей, которые составляют наиболее важную часть языковой картины мира» (Карасик, 2002: 98). В свою очередь, аксиологическая система представляет собой многоуровневую систему (общечеловеческая, национальная, групповая и индивидуальная), где различные уровни оказывают непосредственное влияние друг на друга, при этом они могут быть наполнены как схожими, так и различными ценностями/антиценностями. Ценности и антиценности представляют собой сложные явления, обладающие многоплановостью актуализации и широким набором собственных характеристик, функций и языковых маркеров. В то же время границы и состав любого аксиологического явления определяются через его сопоставление с соответствующими нормами и идеалами.

Для подробного анализа аксиологической системы необходимо ее разделение на соответствующие подсистемы ценностей и антиценностей. В этой связи наиболее адекватным представляется подход, согласно которому все ценности и антиценности можно разделить по пяти основным областям их бытования и выведения: истина, прекрасное, этика, удовольствие, практическая польза (Серебренникова, 2011б: 29).

В настоящее время наиболее изучены этические ценности и антиценности. В основе любой этической системы лежит дихотомия «добро – зло». В рамках этической системы англоязычного общества антиценности традиционно соотносятся с христианскими смертными грехами (Davis, 2008: 560). К христианским добродетелям относят веру, надежду, любовь, целомудрие, умеренность, милосердие, трудолюбие, терпение, доброту и смирение (Siker, 2015). На современном этапе развития англоязычного общества одной из ключевых этических ценностей считается гуманизм, который в американском обществе тесно связан с толерантностью (tolerance) и разнообразием (diversity), что приводит к пересмотру статуса других этических ценностей и антиценностей. Центральной ценностью области прекрасного является красота, а основной антиценностью – уродство. В современной культуре наблюдается несколько трендов, вызванных влиянием гедонистической и утилитарной аксиологических систем на эстетическую: 1) эстетизация жестокости, 2) эстетизация секса, 3) эстетизация безобразного. Первостепенной ценностью области истины является ум, который направлен на нахождение истины. В свою очередь, глупость представляет собой центральную антиценность области истины, так как она воспринимается в качестве концептуальной оппозиции ума. В настоящее время особенно актуальным становится рассмотрение утилитарных ценностей и антиценностей, так как

практическая область ценностей выходит на первый план в различных культурах (Гуревич, 2001; Марьянчик, 2013). Основной ценностью данной области следует считать полезность, а антиценностью – бесполезность. Наряду с утилитарной аксиологической системой, усиливается роль гедонистической аксиологической системы. В современном обществе гедонизм представляет собой не просто достижение удовольствия, а стремление к максимальному удовольствию через использование наивысших материальных благ (Ельчанинов, Кузьмина, 2011). В качестве основных антиценностей области удовольствия выделяют страдание и самоограничение (Гусакова, 2006; Ильин, 2009). В современном обществе осуществляется переход от доминирования системы этических ценностей к преобладанию утилитарных и гедонистических ценностей, что влечет за собой переосмысление эстетической системы ценностей.

Аксиологические явления напрямую коррелируют с различными когнитивными структурами. В языковом плане основной единицей аксиологической сферы выступает аксиологический концепт, представляющий собой когнитивную структуру, через которую выражается определенная ценность или антиценность. В целом, концептами могут считаться только те явления, которые потенциально могут включать в себя аксиологическую составляющую. В свою очередь, совокупность всех ядерных и периферийных ценностей/антиценностей пяти аксиологических областей образует аксиологическую концептосферу соответствующей лингвокультуры. К основным структурным элементам концептосферы относятся метаконцепты, универсальные концепты, культурно-специфические концепты. Следует подчеркнуть, что можно выделить не только аксиологическую концептосферу определенной нации в целом, но и аксиологические концептосферы различных областей человеческой деятельности, в том числе аксиологическую концептосферу комического. Совокупность всех аксиологических концептосфер различных областей человеческой деятельности образует аксиологическую картину мира.

В когнитивном плане одной из важнейших характеристик ценностей и антиценностей является их способность к кристаллизации, которую можно определить как аккумуляцию ценностей и антиценностей в содержании языковых единиц и сознании языковой личности, в своем пределе приводящая к образованию соответствующих стереотипов. Так, аксиологические смыслы могут кристаллизовываться в различных предметах и явлениях, которые изначально не имеют аксиологической составляющей, а именно: ситуациях, людях, предметах и абстрактных сущностях. В тех случаях, когда данная связь приобретает устойчивый и неизменяемый характер, образуются соответствующие стереотипы.

Ценности и антиценности не могут существовать вне человеческого восприятия действительности, так как их аксиологический статус отображается в оценках. Главная цель употребления оценочных суждений

состоит в «обучении общим принципам выбора» (Арутюнова, 1998: 175), при этом оценки также могут приводить к «изменению принципов выбора и модификации стандартов» (Hare, 1963: 136). Цель оценивания по отношению к новым возникающим явлениям/ситуациям заключается в определении их аксиологического статуса в установленной аксиологической системе соответствующего сообщества через общие оценки. Объектами оценки могут быть различные характеристики человека, предметы природного происхождения, артефакты, события, состояния, признаки, объекты с фактуальным значением (Темиргазина, 2015). Можно выделить два основных типа классификации оценок: 1) по способу выражения (вербальные и невербальные), 2) по охвату сферы их употребления (общие и частные). Все общие оценки можно выразить через оппозицию «хороший – плохой» (Арутюнова, 1998: 198). В основе классификации частных оценок лежит их разделение согласно соответствующим аксиологическим областям.

**В параграфе 1.3. «Методологическая основа исследования»** разработан лингвоаксиологический подход, применяемый в реферируемой работе.

Первый шаг заключается в оценке реакции аудитории на текстовые фрагменты, в которых актуализируются аксиологические концепты. Исследование базируется на аудиальной фиксации реакции зрителей на комические и некомические высказывания. Второй шаг состоит из установления комически значимых характеристик человека в рамках актуализации соответствующих концептов. Третий шаг представляет собой анализ реплик, выражающих оценку автором текста или героями произведения проявления соответствующего аксиологического состояния объектом комического. Четвертый шаг заключается в анализе языковых особенностей выражения комического. На пятом шаге анализируются особенности кристаллизации аксиологических концептов в социокультурных характеристиках человека, пространственно-временных континуумах, в неодушевленных предметах, животных и неаксиологических концептах.

В данном параграфе подробно рассмотрен первый этап лингвоаксиологического анализа. Тщательно изучены первичные и вторичные реакции на комические высказывания. К первичным реакциям относятся реакции, которые представляют собой маркеры комического (смех и улыбка).

Кроме того, в зависимости от степени интенсивности, структурного расположения комических фрагментов и значимости, можно выделить три вида смеха: подготовительный, основной и инерционный. К вторичным реакциям принадлежат реакции, которые могут сопровождать первичные реакции, при этом они представляют собой маркеры выражения различных аксиологических состояний. В ходе анализа практического материала было

зафиксировано три вида подобных реакций: аплодисменты, одобрительные возгласы и неодобрительные возгласы.

Во второй главе «Актуализация аксиологической концептосферы комического в современной англоязычной лингвокультуре» определяется и подробно описывается специфика выражения комических метаконцептов и ядерных концептов аксиологической концептосферы комического в рамках современной англоязычной лингвокультуры.

В ходе исследования была определена следующая структура аксиологической концептосферы комического:

- метаконцепты: ‘cynicism’/‘rudeness’ (50%), ‘intelligence’ (33,4%), ‘stupidity’ (21,8%), ‘superiority’ (7,9%), ‘cruelty’ (3,5%).

- ядерные концепты: ‘stupidity’ (27%), ‘lust’ (13%), ‘ugliness’ (10,8%), ‘pride’ (8,5%), ‘uselessness’ (7,6%), ‘insincerity’ (5,7%), ‘negative escapism’ (5,1%), ‘cowardice’ (3,6%), ‘greed’ (2,6%), ‘anger’ (2,5%), ‘gluttony’ (2,2%) (антиценности); ‘cynicism’/‘rudeness’ (9,6%), ‘cunning’ (5,7%), ‘cruelty’ (5,3%), ‘intelligence’ (5,2%), ‘beauty’ (2,6%), ‘acceptance of grief’ (1,4%), ‘courage’ (1,3%) (ценности).

- ближнепериферийные концепты: ‘selfishness’ (0,9%), ‘humility’ (0,9%), ‘faith’ (0,9%), ‘emotionlessness’ (0,7%), ‘laziness’ (0,7%), ‘envy’ (0,7%), ‘boredom’ (0,6%), ‘dependence’ (0,5%), ‘obedience’ (0,5%), ‘diffidence’ (0,4%), ‘jealousy’ (0,3%), ‘extravagance’ (0,3%), ‘effrontery’ (0,3%) (антиценности); ‘love’ (0,7%), ‘utility’ (0,6%), ‘tolerance’ (0,3%), ‘temperance’ (0,3%), ‘confidence’ (0,3%), ‘rationality’ (0,2%), ‘diversity’ (0,2%), ‘independence’ (0,2%), ‘ambition’ (0,1%), ‘kindness’ (0,1%), ‘justice’ (0,1%) (ценности).

К «пограничной зоне» относятся следующие концепты ядра и ближней периферии: ‘acceptance of grief’, ‘courage’ (входят в ядро концептосферы в целом, но не входят в ядро всех комических жанров), ‘selfishness’, ‘humility’, ‘faith’, ‘emotionlessness’, ‘laziness’, ‘envy’, ‘boredom’, ‘dependence’, ‘love’, ‘utility’ (входят в ядро отдельных комических жанров, но не входят в ядро концептосферы в целом).

Относительно процентного соотношения актуализации аксиологических концептов необходимо отметить, что итоговое значение значительно превышает 100%, так как в одном примере может актуализироваться более одного концепта. Более того, комический эффект может создаваться при помощи актуализации двух и более метаконцептов.

В параграфе 2.1. «Метаконцептосфера комического англоязычной лингвокультуры» обосновывается существование комических метаконцептов. Выявлено, что комическая метаконцептосфера современной англоязычной лингвокультуры состоит из трех когнитивных структур: концептосфера ‘superiority’, концептуальная оппозиция

‘intelligence’ – ‘stupidity’ и концепт ‘rudeness’ (совместно с такими метаконцептами, как ‘cynicism’ и ‘cruelty’).

Метаконцептосфера ‘superiority’ актуализируется через концепты ‘otherness’ (фокус на недостатках других людей) и ‘exceptionality’ (фокус на собственных положительных качествах). Собственные характеристики данной концептосферы актуализируются через концепт ‘pride’.

В основе концептуальной оппозиции ‘otherness – exceptionality’ лежит семантическая оппозиция «свой – чужой».

Концепт ‘otherness’ актуализируется через:

- интеллектуальное превосходство при помощи концепта ‘stupidity’: *You’ve got the sort of target audience here, sort of comedy fans and people that know about, about the politics and stuff. <...> Don’t bring your friends because it’s filled it up with the wrong people, hasn’t it? So, this perfectly serviceable stuff is floundering* (Lee, 2018).

- физиологическое превосходство при помощи концепта ‘ugliness’: *Amy Poehler: And here to tell all about it is the star of the series, Fugly Betsy. Fugly Betsy: Hi you guys!* (Saturday Night Live. Fugly Betsy, 2006).

- общее превосходство при помощи концептов ‘uselessness’ или ‘cruelty’: *Lulu: It’s so too hot. Are you just... (falling down the stairs)* (Saturday Night Live. Lulu Diamonds, 2011).

Концепт ‘exceptionality’ выражается при помощи:

- концепта ‘utility’: *Lily: This place is... perfect. Except for the fact that you don't have a TV. Barney: See that wall? (turns on TV, indistinct chatter from TV) 300-inch flat-screen* (How I Met Your Mother. World’s Greatest Couple, 2006).

- концепта ‘intelligence’: *In comedy there was a big piece in the Daily Mail in December by Jan Moir saying there’s not enough anti-Islamic standup in Britain at the moment. Of course, they’re very keen on balance at the Daily Mail. It’s been a watch-word of the paper going way back to the 1930s. I know, it’s a good joke* (Lee, 2012).

Отличительной чертой гордости/гордыни является то, что осознание собственного превосходства может не соотноситься с действительностью. В рамках комического дискурса это несоответствие реализуется при порицании данного состояния.

Концепт ‘pride’ актуализируется через:

- высокую/неоправданную оценку собственного величия: *Ted: They’re gonna corner me and want a free lecture* (How I Met Your Mother. Jenkins, 2010).

- чувство превосходства над другими: *Sheldon: Richard Feynman was a famous American physicist, part of the Manhattan Project. Howard: Everyone in the world of science knows who Richard Feynman was. Sheldon: Now you do, too* (The Big Bang Theory. The Vacation Solution, 2012).

Высмеивание гордости/гордыни обычно вызывает исключительно смех зрителей. Актуализация концепта 'pride' оценивается отрицательно через результат, к которому гордость/гордыня приводит. Последующий контекст может показать неоправданность высокой оценки гордецом собственных способностей. Высокая или неоправданная оценка собственного величия обычно актуализируется через гиперболизацию своих возможностей. В свою очередь, чувство превосходства выражается через: антитезу, сравнение, преуменьшение и каламбур.

Концепт 'intelligence' обладает как метакомическими, так и собственными характеристиками.

К метакомическим характеристикам относятся:

- выявление мелких, но важных деталей действительности: *Days are a stupid length. You know, they're just long enough to get regret and then you have to go and sleep* (Moran, 2011).

- новый взгляд на повседневные вещи: *Because an escalator can never break. It can only become stairs* (Hedberg, 1999).

- контрагумент к очевидному утверждению: *Eventually, they all disappeared, and I went to get my cigar. <...> "Do you know that can kill you?" "Yes, so can boredom, it just takes longer"* (Connolly, 2016).

- одновременно абсурдное и логичное доказательство явлений: *I was going to, uh, work out, this morning, but, I, uh – I woke up with a sweat, so I figured I already had done there* (Larry the Cable Guy, 2020).

К основным языковым средствам актуализации концепта 'intelligence' в комическом дискурсе относятся: каламбуры, метафоры, гиперболы, новые обозначения, сравнения, аллюзии и парадоксы.

Ключевыми собственными комически значимыми характеристиками можно считать:

- разоблачение глупости: *I saw one article written about it on the cover of Time Magazine. It said, "Why do so many rich, famous, and powerful men act like absolute pigs?" Right? And the article was actually written by a woman. That's like me writing a book. The third trimester and what to expect* (Burr, 2012).

- разумное поведение: *But now I'm woke, I've gotta pop in the word "anti-fascist... so people know I'm not a fascist, 'cause that is a big problem at the moment* (Gervais, 2023).

- прогнозирование будущего: *That takes, you know... tremendous confidence and optimism, really... to leave the house in white pants like it's gonna be a great day. There's gonna be no puddles or pizza, nothing* (Louis C.K., 2023).

- проявление хорошей памяти: *Sheldon: Leonard, do you not recall the last time we visited this gentleman, we returned home without pants?* (The Big Bang Theory. The Financial Permeability, 2009).

В большинстве контекстов выражение концепта ‘intelligence’, помимо смеха, сопровождалось аплодисментами. Исследование показало, что ум часто противопоставляется глупости.

К комически порождающим концептам также относится глупость. Языковые метакомические характеристики концепта ‘stupidity’ связаны с незнанием языка, что составляет небольшую часть от общего количества случаев актуализации данного метаконцепта. Метакомичность представленного явления заключается в том, что выражение многих антиценностей связано с идеей глупости.

Незнание языка актуализируется через:

- дословное понимание идиом: *“You catching anything?” I said, “Not a sausage.” He says, “There are sausages in here?”* (Connolly, 2016).

- приравнивание по смыслу слов, близких по звучанию: *Who can forget the News of the World’s high-profile campaign against child sex offenders which led, didn’t it, to News of the World readers burning down the home of a paediatrician. Throwing rocks at a pedalo* (Lee, 2012).

- незнание значения слов: *“Literature”... which is just a big word for books* (Saturday Night Live. Celebrity Jeopardy!, 1998).

К собственным характеристикам глупости относятся:

- неразумное поведение: *Doc: This must allow astrophysicist, to triangulate complex equations in real time. Jimmy: Yeah, well, I guess it probably could do that but mainly we use it to send little smiley faces to each other, pictures of eggplants that sort of thing* (Jimmy Kimmel Live. Marty McFly & Doc Brown Visit Jimmy Kimmel Live, 2015).

- незнание очевидных вещей: *You don’t need to reply to everything I’m saying... I’m right here. I’m going to hear you. You know what I mean? It’s not actually the telly* (Bridges, 2023).

- нарушение логики в высказываниях: *Guy: Well, of course he won Kentucky, that’s where all the racists are. Chappelle: All of them are in Kentucky?* (Saturday Night Live. Election Night, 2016).

- стереотипизация: *And I go to the restaurant to order some food. And, I say to the guy... I say: “I would like to have...” And before I even my sentence, he says: “The CHICKEN”* (Chappelle, 2000).

К основной реакции на проявление глупости относится смех. Кроме того, в большинстве случаев актуализация глупости получает отрицательную вербальную оценку.

К концептам, через которые актуализируется метаконцепт ‘rudeness’, относятся метаконцепты ‘cynicism’, ‘cruelty’ и концепт ‘anger’.

Концепт ‘rudeness’ обладает следующими метакомическими характеристиками:

- использование обценной/сниженной лексики: *Thank you, alright, f..ggot, how you doin’* (Louis C.K., 2008).

- осуществление табуированных процессов: *Ted: What did you do? Barney: That's my private personal business (flashback to urinating against a wall in an alley, police siren and lights approach, Barney turns around, zips up his pants and runs away)* (How I Met Your Mother. Belly Full of Turkey, 2005).

- нарушение норм/принципов социального взаимодействия: *Black: Right, the shop is closed, everybody get out. Customer: What? Black: Time to go home, come on! Customer: It's only a quarter to three!* (Black Books. Cooking the Books, 2000).

В качестве основной реакции на проявление грубости выступает смех. Также выражение грубости обычно получает отрицательную вербальную оценку.

Анализ комических текстов показывает, что цинизм представляет собой комбинацию грубости и честности. Характеристики грубости и цинизма в целом совпадают, что зачастую приводит к невозможности разграничить эти два явления в соответствующем контексте.

Концепт 'cynicism' актуализируется через:

- использование обценной/сниженной лексики: *Sean Connery: Boy, you might be legally retarded. Alex Trebek: He has a point* (Saturday Night Live. Celebrity Jeopardy!: Robin Williams, Catherine Zeta-Jones & Sean Connery, 2000).

- описание табуированных процессов: *Barney: I decided to mix things up a little bit. I think I'm gonna go small boobs tonight. Lily: You're disgusting* (How I Met Your Mother. Perfect Week, 2010).

- нарушение норм и принципов социального взаимодействия: *So, gentlemen, if you're swimming with a woman, and you see a shark, here's what you do. You punch it as hard as you can on the nose, and you throw it towards the shark* (Carr, 2016).

Проявление цинизма, помимо смеха, зачастую сопровождается умеренными или слабыми аплодисментами. Однако встречались как крайне положительные (бурные аплодисменты), так и отрицательные (неодобрительные возгласы) реакции. Цинизм может получать как отрицательную, так и положительную вербальную оценку. Характер оценки зависит от оправданности цинизма, при этом положительная оценка по частотности превалирует над отрицательной. В языковом плане цинизм выражается через: обценную/сниженную лексику; иронию; аксиологическую антитезу.

К значимым когнитивным признакам концепта 'cruelty' относятся:

- отсутствие сострадания и сочувствия: *It stood for biker attitude; grimy outlaws in their sweaty mamas full of beer and crank, rolling around on Harleys, looking for a good time – destroying property, raping teenagers, and killing policemen* (Carlin, 1999).

- причинение боли и страданий: *Ted: Today we are going to braid friendship bracelets. (A pat on the private parts and they run off)* (How I Met Your Mother. The Fight, 2008).

- проявление несправедливости или нечестности: *Man: How the hell did you get in the building? Leonard: Oh. We're scientists. Sheldon: Tell him about our IQ. Scene: Outside the apartment building. Leonard and Sheldon exit. They are not wearing trousers* (The Big Bang Theory. Pilot Episode, 2007).

В большинстве случаев жестокость воспринимается либо нейтрально, либо положительно. Концепт 'cruelty' выражается как вербально (описание жестоких действий; констатация положительных эмоций, получаемых от жестокости; перечисление совершенных или предполагаемых жестоких актов), так и невербально (демонстрация намерения совершить жестокий поступок или результата данного акта; осуществление акта жестокости).

Комические характеристики гнева можно представить в виде иерархии.

К первичным характеристикам относятся:

- резкий переход из спокойного состояния в возбужденное: *Peele: What did you yell at her? Key: I said, 'SELFISH'* (Key and Peele. Series Premiere, 2012).

- необоснованная реакция на какую-либо ситуацию: *Manager: I'm going to let some people go. Niff: Ohhhhh!! Dana: Yeah! right! We KNOW who you're gonna FIRE!! Niff: Yeah, we know it's US!! You ALL hate US!! Dana: And WE hate all of YOU!!* (Saturday Night Live. McDonald's Firing, 2012).

Далее гнев может выражаться через нанесение материального ущерба: *(a car stops near them, tires squeal). Lady in car: Whoa, I'm sorry. Jeanine: Watch! Where! You're! Going! (Jeanine is crushing the car with a baseball bat)* (How I Met Your Mother. Swarley, 2006).

Актуализация концепта 'anger', помимо смеха, часто сопровождается аплодисментами, что говорит о положительном восприятии данного явления. Вербально гнев может получать как положительную, так и отрицательную оценку в зависимости от его оправданности.

**Параграф 2.2. «Основные ценностные концепты в комическом дискурсе»** посвящен выявлению особенностей актуализации ядерных ценностей комического дискурса современной англоязычной лингвокультуры. Определено, что к данным ценностям относятся хитрость, красота, принятие горя и храбрость.

Ценностный концепт 'cunning' выражается через:

- вариативное толкование событий: *Zach Elliott: Her grandma was a Nazi. Deena Sullivan: Just during the war* (Saturday Night Live. Wired Autocomplete Interview, 2023).

- успешное проявление неискренности: *Stuart: I'll give you 25 bucks. That's my best offer. Raj: I have no choice. <...> Stuart: Great, you're hired.*

*First thing you can do is put price tags on these. Start the little ones at fifty* (The Big Bang Theory. The Comic-Con Conundrum, 2017).

- уход от решения проблемы: *Leonard: Do you guys remember Penny's ex-boyfriend Kurt? (They all hold their hands above their heads) Yeah, that's him. It turns out he owes Penny a lot of money, and I'm gonna go get it from him. Who's with me? (They all stop looking at Leonard, and Howard throws the dice) Howard: Ooh, double sixes* (Big Bang Theory. The Financial Permeability, 2009).

- отвлечение внимания: *Ted: Hugh Hefner in your lobby right now. Barney: I'm gonna grab my robe* (How I Met Your Mother. The Over-Correction, 2012).

- притворную глупость: *Raj: Can you say it again for me? Sheldon: Brobdingnagian. Raj: One more time? Sheldon: Brobdingnagian* (The Big Bang Theory. The Hot Troll Deviation, 2010).

Обычно актуализация хитрости сопровождается смехом и сдержанными аплодисментами зрителей. Вербально хитрость оценивается преимущественно положительно. В большинстве случаев комический эффект основан на демонстрации ума. Наиболее распространенным языковым средством выражения данного концепта является гипербола.

Для создания комического эффекта при актуализации концепта 'beauty' необходима нейтрализация исключительности объекта комического. В ходе нашего исследования было выделено два способа данной нейтрализации:

- фокусирование на конкретном физическом достоинстве: *I'm thanking one in particular. Bad titties in the front row* (O'Neal, 2011).

- проявление субъектом красоты антиценностного состояния: *Vicky: Oh, my God! Ted, you are so funny! And can I just say, you have amazing eyes <...> Vicky: And then his cane missed the top step, and he was falling, for, I swear, like two minutes. God, I love old people* (How I Met Your Mother. Naked Man, 2008).

Актуализация концепта 'beauty' вызывает смех, при этом он часто сопровождается аплодисментами. В случае фокусировки на физическом достоинстве комический эффект основан на метонимии. При проявлении антиценностного состояния субъектом красоты комический эффект базируется на аксиологической антитезе. Также было установлено, что первоначально субъект красоты оценивается положительно. В свою очередь, после актуализации антиценностного состояния он получает отрицательную оценку.

Установлены следующие основные характеристики концепта 'acceptance of grief':

- нахождение положительного аспекта в собственной болезни или смерти: *And my heartbeat was like – (mimics irregular beating) My cardiologist*

went, “that’s not good.” *My latin friend said, “no, you could dance to that. That’s kinda cool* (Williams, 2009).

- преодоление состояния депрессии: *Oh, my dad and my stepmom Janice both died last May, nine days apart. <...> And my dad was my best friend, and, uh, they both gave me so much. And most recently, about an hour of new material, so let’s do this* (Silverman, 2025).

- осознание неизбежности смерти: *You need a little danger in your life. <...> What are you gonna do? Play with your prick for another 30 years?* (Carlin, 1999).

- отношение к смерти как к обыденному событию: *She didn’t want a funeral, no pageantry, nothing. So she booked it herself. That was her last act as an American consumer. She went online with a credit card and she booked her own cremation* (Louis C.K., 2020).

Актуализация концепта ‘acceptance of grief’, помимо смеха, зачастую сопровождается аплодисментами. Комический эффект базируется на демонстрации ума и цинизма. К языковым средствам выражения данного концепта относятся сравнение, метафора и обценная лексика. Принятию горя зачастую сопутствует либо положительная оценка определенных аспектов болезни или смерти, либо негативная оценка аспектов здоровой и продолжительной жизни.

Концепт ‘courage’ актуализируется через преодоление:

- страха смерти: *When I was in school, someone came to our school and killed 3 or 4 of us; we went right on with our arithmetic! “35 classmates minus 4 equals 31.” We were tough* (Carlin, 1999).

- страха физических увечий: *And the cowboy guy kind of deliberately bumps the black dude. He keeps walking, but he turns around and goes, “Hey, watch it,” to the guy. Black guy says... “Well, you watch it. I’m not moving. You’re moving. I don’t have to watch it”* (Oswalt, 2017).

- страха потери репутации: *People were surprised when I told ’em I was gonna tape my special in San Francisco. Said, “Why would you do that? That’s the most politically correct city in the world.” Not when I’m on stage, it’s not* (Jeselink, 2015).

- мнимой опасности: *Leonard: What are you doing? Sheldon: Following in the footsteps of Kirk, Crunch and Kangaroo. (Walks outside) Geology isn’t a real science!* (The Big Bang Theory. The Skank Reflex Analysis, 2011).

Проявление храбрости часто, помимо смеха, сопровождается аплодисментами. Комический эффект в большинстве случаев базируется на демонстрации ума субъектом комического и глупости объектом комического. Актуализация храбрости получает положительную вербальную оценку. Главным языковым средством выражения храбрости служит гипербола.

**В параграфе 2.3. «Основные антиценностные концепты в комическом дискурсе»** охарактеризованы ядерные антиценности

комического дискурса современной англоязычной лингвокультуры, к которым принадлежат: похоть, уродство, бесполезность, неискренность, негативный эскапизм, трусость, жадность, тревоугодие.

Концепт 'lust' актуализируется через:

- желание сексуального разнообразия: *Leonard: Hey, Howard, what's going on? What? Hold on, Howard, Howard, slow down. **The robot hand is stuck on your what?** (To Raj) You're not going to believe this* (The Big Bang Theory. The Robotic Manipulation, 2010).

- желание большего количества секса: *Raj: Are you seriously going to deface your body just for the possibility you could have cheap sex with a strange girl you met in a bar? Howard: **Uh, yeah!*** (The Big Bang Theory. The Gothowitz Deviation, 2009).

- негативный сексуальный опыт: *Ted: Well, she actually wound up falling asleep on the couch. But, hey, **that happens.** Barney: **Uh, no, it doesn't*** (How I Met Your Mother. Sexless Innkeeper, 2009).

Основная реакция на похоть – смех, тогда как ее крайнее проявление вызывает отрицательные и/или удивленные возгласы. С другой стороны, вследствие того, что похоть связана с получением удовольствия, ее актуализация периодически вызывает аплодисменты. Вербально в большинстве случаев похоть оценивается отрицательно. Комический эффект базируется на демонстрации грубости/цинизма и ума.

Можно выделить два типа физических недостатков: приобретенные и врожденные.

К главным высмеиваемым приобретенным характеристикам непривлекательности относятся:

- лишний вес: *People know that's what's making them fat. **No one got fat behind their own back*** (Gervais, 2010б).

- плохая память: *I did a gig for Alzheimer's Sufferers. **It was brilliant, two hours, one joke*** (Carr, 2011).

- отсутствие/деформация некоторых частей тела/органов: *Manny: **I'm chewing the cork to get it back in the bottle.** (CRACK!) Ow! Oh! Black: What? Manny: My tooth! It's come loose! It hurts! Black: "A trace of vanilla." Do we have any vanilla? Manny: **Ice cream?** Black: Yes, yes! Manny: **I'll check the freezer*** (Black Books. Grapes of Wrath, 2000).

К ключевым высмеиваемым врожденным характеристикам непривлекательности относятся:

- нестандартные формы и размеры человеческих органов: *Sasha: Oh, my nickname for your penis. Ian: Oh, **Tiny Tim*** (Saturday Night Live. Taboo, 2022).

- маленький и большой рост: *Howard: Yeah, I think I'm going to take her to miniature golf. Leonard: **Oh, well, I guess for you guys, that's like regular golf*** (The Big Bang Theory. The Hot Troll Deviation, 2010).

- дефекты речи: *Barry: Voice recognition on that thing is terrible. Wook. Siwi, can you recommend a restaurant?* (The Big Bang Theory. The Beta Test Initiation, 2012).

Комический эффект основан на демонстрации ума. Объективация концепта 'ugliness' обычно вызывает исключительно смех. Приобретенные характеристики оцениваются через негативное восприятие причин, которые привели к данным недостаткам. Врожденные характеристики оцениваются негативно сами по себе. В некоторых случаях используется положительная оценка данных характеристик для создания комического эффекта.

Концепт 'uselessness' относится к социально ориентированным антиценностным концептам, т.е. рассматриваемый концепт редко актуализируется вне социокультурных характеристик человека. Осмеянию подлежат:

- выполнение ненужных действий: *Why is the world "mail" even in "e-mail"? Is there any similarity between e-mail and whatever the hell is going on in the Postal Service? <...> I cannot understand how a 21st-century information system based on licking, walking, and a random number of pennies... is struggling to compete* (Seinfeld, 2020).

- невыполнение нужных действий: *Evelyn: I didn't trust him with a staple gun. Alan: How much are you paying him? Evelyn: Obviously too much, look at him* (Two and a Half Men. Pie Hole, Herb, 2008).

В случае актуализации концепта 'uselessness' смеху зачастую сопутствуют аплодисменты. Если бесполезность получает выраженную вербальную оценку в тексте, она оценивается отрицательно либо через характеристику самого действия или состояния, либо через характеристику деятеля. К языковым средствам выражения этого концепта относятся гипербола, парадокс, антитеза и сравнение.

Концепт 'insincerity' включает в себя два основных состояния:

- ложь: *I've just been speaking to a little girl who says you pushed her in the pool. Did you? – No, but yeah, but no, because what happened was you know the Redmond sisters? They put a verruca sock in Carrie's bag and she completely had an eppy and went to Kamal Sharma's party with a compass but Shelley gave Craig Herman a blowy for a bite of his Funny Foot* (Little Britain. Season 1. Episode 2, 2003).

- лицемерие: *Let's get that person so we can be standing here even longer with fake, frozen smiles and our arm around somebody you would never touch in any other social situation* (Seinfeld, 2020).

Также в комическом дискурсе данный концепт выражает инструментальную функцию, т.е. другие антиценностные концепты актуализируются через неискренность (например, гордость/гордыня): *Oh, you think this is cold? You should been here in 1982. <...> Blizzard! August! Very rare month for it! <...> Birds were frozen in mid-flight!* (Scovel, 2015).

Реакцией на актуализацию неискренности в большинстве случаев является исключительно смех. Неискренность получает отрицательную вербальную оценку. В основе комического эффекта при высмеивании неискренности может лежать выражение различных явлений. Неискренность актуализируется при помощи гиперболы.

Можно выделить следующие комически значимые характеристики концепта 'negative escapism':

- деградация объекта из-за предмета зависимости: *Sheldon: Oh, no. What have I done? (Sheldon, waking up in bed next to a geology book)* (The Big Bang Theory. The Relationship Diremption, 2014).

- исключительная важность предмета зависимости: *Leonard: Well then start throwing grenades. Raj: I'm all out. Penny (entering with three other sexy women): Hi guys, my friends and I got tired of dancing, so we came over to have sex with you. Leonard: That will do, Raj, straight for the tank. Sheldon: We said no tanks. Raj: There are no rules in hell! Howard: Son of a bitch, medpack, I need a medpack! Penny: Told yah!* (The Big Bang Theory. The Dumpling Paradox, 2007).

- способ решения жизненных проблем при помощи предмета зависимости: *Howard: Shut up. Let's just get Koothrappali and go. (They turn to see Raj with his tongue down the throat of a "larger lady" by the bar)* (The Big Bang Theory. The Hofstadter Isotope, 2009).

- стремление к полному замещению реальности: *Stranger: Well, how about \$5 million? <...> Wife: That's a lot of money just to sleep with him. Husband: Yeah. Plus, I could probably double it playing back* (Saturday Night Live. Casino Proposal, 2021).

Актуализация концепта 'negative escapism' преимущественно сопровождается смехом. В большинстве случаев проявление негативного эскапизма отрицательно оценивается коммуникантами. Комический эффект может базироваться на демонстрации ума и цинизма субъектом комического и глупости объектом комического. Главным языковым средством выражения концепта 'negative escapism' служит гипербола.

Концепт 'cowardice' высмеивается через:

- бегство от опасности: *I mean I left DC in the 80s. It was not like this in the 80s. When crack was going on. Remember when crack was going on? White people would be looking at DC from Virginia with binoculars* (Chappelle, 2000).

- потерю контроля над телом: *Barney: All those "famous last word" people supposedly said? They're all made up. Like that patriotic dude, Nathan Hale, from third-grade history? [FLASHBACK] Nathan Hale: My only regret is I have but one life to lose for my country. [END OF FLASHBACK] Barney: You know what his real last words were? [FLASHBACK] Nathan Hale: I'm peeing my pants!* (How I Met Your Mother. Last Words, 2011).

- неразумное поведение: (*Scene: Central Perk, Ross is at the counter drinking coffee as Elizabeth enters with her dad, Paul. Elizabeth goes to kiss Ross, but he just kisses her on the forehead.*) <...> Paul: *Why can't you get a girlfriend your own age?* Ross: *That's funny. Umm... (Pause, then serious) It's not funny* (Friends. The One Where Ross Meets Elizabeth's Dad, 2000).

- бездействие: Leonard: *Let's hit the clubs and meet hot women! Raj: Here we go. Lock up your daughters! We're going to hit it and quit it. Leonard: Or we could finish eating and go to the comic book store* (The Big Bang Theory. The Hofstadter Isotope, 2009).

- аморальные поступки: Penny: *Okay, okay, how about this? We tell him somebody broke in. Leonard: Just to shoot the couch with a paintball gun?* <...> Penny: *Okay, fine. Well, what if we just flip it over?* (The Big Bang Theory. The Cushion Saturation, 2009).

Основная реакция на трусость – смех. Проявление трусости получает отрицательную вербальную оценку. Комический эффект может базироваться на актуализации различных метаконцептов. Языковыми средствами выражения концепта 'cowardice' являются антитеза, обценная лексика и гипербола.

К двум ключевым комическим характеристикам жадности относятся:

- стремление обладать благами: Alan: *I gave in. I folded. I let her have her way with me.* <...> Charlie: *Is that a Rolex?* Alan: *Yeah. Platinum* (Two and a Half Men. Madame and Her Special Friend, 2005).

- стремление сохранить блага: Chandler: *Ok, while Ross is on the phone, everybody owes me 62 bucks for his birthday. Phoebe: Um, is, is there any chance that you're rounding up? You know, like from, like 20?* (Friends. The One with Five Steaks and an Eggplant, 1995).

Актуализация концепта 'greed', помимо смеха, может сопровождаться как неодобрительными возгласами, так и аплодисментами, при этом неодобрительные возгласы возникают чаще. Проявление жадности получает отрицательную вербальную оценку. К языковым средствам выражения концепта 'greed' относятся аксиологическая антитеза и гипербола. Комический эффект основан на актуализации концептов 'intelligence' и 'cynicism'.

В рамках актуализации концепта 'gluttony' может высмеиваться либо процесс поедания определенных предметов, либо результат, к которому приводит их поедание.

К высмеиваемым процессуальным характеристикам относятся:

- неправильное употребление съедобных предметов: Leonard: Penny, *you've got cheetos in your hair.* Penny (*pulling a cheeto out of hair*): *Oh, thanks. (Eats it)* (The Big Bang Theory. The Barbarian Sublimation, 2008).

- употребление в пищу несъедобных предметов: Alex Moffat: *Let me know when the cameras are off. (Alex is trying to eat the cat)* (Saturday Night Live. Chopped, 2019).

В свою очередь, осмеянию подлежат следующие характеристики результата:

- возникновение зависимости от определенных продуктов: *Chandler: And you can't return a box after you've opened the box. Rachel: Why, why not? Chandler: **Because it's too delicious*** (Friends. The One with All the Cheesecakes, 2001).

- заболевание, возникшее из-за поедания определенных продуктов: *Marshall: God, my stomach! **Damn you, Gazzola's!** Ted: **It's like a hot ball of lead!*** (How I Met Your Mother. Duel Citizenship, 2009).

Проявление чревоугодия обычно сопровождается смехом и получает отрицательную вербальную оценку. Комический эффект основан на демонстрации ума и цинизма. К ключевым языковым средствам выражения концепта 'gluttony' относятся гипербола и обценная/сниженная лексика.

В третьей главе «**Особенности кристаллизации аксиологической концептосферы комического**» подробно описано закрепление различных аксиологических смыслов за соответствующими социокультурными характеристиками человека, пространственно-временными континуумами, различными неодушевленными предметами. Также установлены особенности кристаллизации аксиологических смыслов в неаксиологическом концепте 'war' в рамках американской лингвокультуры.

В параграфе 3.1. «**Антропоцентрическая кристаллизация аксиологических концептов в комическом дискурсе**» определены особенности закрепления аксиологических смыслов за следующими характеристиками: профессиональными, этническими, гендерными, социальной успешности.

Профессиональные характеристики человека связаны с такими аксиологическими концептами, как:

- 'uselessness': *I barely graduated from an Art History degree. Fifteen years ago. Art History. Fifteen— They were dead then. **They're just deader*** (Gadsby, 2018).

- 'stupidity': *"Mr President, when's the economy gonna pick up?" "Well, we're talking to people, and economic indicators indicate that indications are coming to the indicator* (Rock, 2004).

- 'greed': *If you want to know how your congressman and senators are gonna vote, we should actually— maybe they should be like NASCAR drivers. **They should actually have to have jackets with the names of all the people who are sponsoring them*** (Williams, 2009).

- 'insincerity': *Give me the etching acid and we'll get this back up to speed. Know what? This is gonna take too long. **Just add 'non-brown' in parenthesis before everything*** (Cross, 2016).

- 'cynicism': *Kimmel: Is anything wrong? Doctor, please. Clooney: No, no, no. Laurie: Not wrong, exactly. It's just that I— **I don't do microsurgery***

(Jimmy Kimmel Live. "E.R." Cast Reunion with George Clooney and Jimmy Kimmel, 2016).

К основным высмеиваемым профессиям в англоязычной лингвокультуре относятся: политики (бесполезность, глупость, жадность, неискренность), полицейские (бесполезность, глупость), врачи (бесполезность, цинизм), юристы (бесполезность), преподаватели (бесполезность) и финансисты (жадность).

В гендерных характеристиках кристаллизуются следующие аксиологические концепты:

- 'stupidity' (женщины): *No, there are good men out there. They're just at home with their good women. You're never going to meet them, **because they're not at Burning Man*** (Cummings, 2019).

- 'ugliness' (женщины, мужчины): *Usually, when someone in the public eye gets pregnant, there's, like, a couple of months where there's some rumors about them, you know? There's some, like, "Oop, bump alert!" Right? Uh-oh. Uh... **I was well into my second trimester.** <...> *Nothing. I was photographed. Belly out* (Schumer, 2019).*

- 'cowardice' (мужчины): *Penny: Look, guys, for the future, I don't mind killing the big spiders, **but you have to at least try with the little ones*** (The Big Bang Theory. The Dead Hooker Juxtaposition, 2009).

- 'cunning' (мужчины): *Girl: **You're an astronaut?** Barney: I'm actually in a top secret government space program called secret NASA or **SNASA*** (How I Met Your Mother. The Playbook, 2009).

- 'cruelty' (женщины): *Fictional Tiger Woods: I offer my profound apology for the multiple transgressions. Fictional Elin Nordegren: "Multiple"? <...> Wolf Blitzer: **This just in, Tiger Woods is BACK in the hospital*** (Saturday Night Live. The Situation Room: Tiger Woods' Accidents, 2009).

- 'greed' (женщины): *Raj: No, I think we'll have to return the car. (She signs) And that necklace, yeah, that, too. But none of those things matter, because we have something better. We have love. (**She has a sad face**) Scene: Penny's apartment. **Raj looks sad*** (The Big Bang Theory. The Wiggly Finger Catalyst, 2011).

Таким образом, в комическом дискурсе англоязычной лингвокультуры комизм зачастую строится на разрушении традиционных образов мужчины («сильный» пол) и женщины («слабый» пол).

В рамках этнического комического в современной американской лингвокультуре объектами комического становятся:

- реднеки (глупость, грубость): *Sheldon: Yeah, yeah. All right, **Poindexter, sit down, shut up and listen.** Leonard: I'm sorry? Sheldon: **That's how my father always began our football conversations*** (The Big Bang Theory. The Cornhusker Vortex, 2009).

- белые американцы (глупость): *Aidy: I guess there is like a nightmare scenario where he wins the popular vote. (Dave looks nervous by that news)*

*Dave: Really? That's the nightmare scenario, huh?* (Saturday Night Live. Election Night, 2016).

- американцы (жадность): *Americans worship money. And we all go to the same church – the church of ATM* (Rock, 2004).

- канадцы (отличие): *Barney: You poor thing. To have to grow up in Canada with America right there* (How I Met Your Mother. Happily Ever After, 2008).

В современной британской лингвокультуре к объектам комического относятся:

- шотландцы (глупость, грубость, пьянство): *And if a Scottish man wants to breed, of course, you have to travel south of the border. Normally, you get as far as a major English railway station, get off the train, lie down in a gutter, drunk, and hope some pollen lands on you* (Lee, 2005).

- валлийцы (глупость): *To do a good Welsh accent you just gotta sound... Confused. "Whose coat is that jacket?" "Whose shoes are those trainers?* (Carr, 2011).

Таким образом, в американской лингвокультуре в этническом юморе высмеиваются различные представители собственной нации. В свою очередь, в британском этническом юморе основными объектами комического становятся шотландцы и валлийцы.

Характеристики социальной успешности ассоциируются с такими аксиологическими концептами, как:

- 'uselessness' (знаменитости, богатые люди): *Now, since our man of the hour was foolish enough to agree to this, let's get started making one more piece of garbage with Donald Trump's name on it* (Comedy Central Roast of Donald Trump, 2011).

- 'negative escapism' (знаменитости): *Charlie Sheen is not his birth name. His original Spanish name is Señor Drugs* (Comedy Central Roast of Charlie Sheen, 2011).

- 'ugliness' (знаменитости): *How is it possible that Courtney Love looks worse than Kurt Cobain?* (Comedy Central Roast of Pamela Anderson, 2005).

- 'stupidity' (знаменитости): *Kevin has a Napoleon complex. Kevin, Napoleon was the leader of France. Ludacris, France is in Europe. Justin, Europe's a continent. Shaq, a continent is not a free breakfast* (Comedy Central Roast of Justin Bieber, 2015).

- 'greed' (богатые люди): *Evelyn: Owner dropped dead of a heart attack. You know what they say, darling. Today's obituary is tomorrow's exclusive listing* (Two and a Half Men. A Sympathetic Crotch to Cry On, 2005).

При осмеянии социальной успешности объектами комического чаще становятся знаменитые люди.

**Параграф 3.2. «Внеантропоцентрическая кристаллизация аксиологических концептов в комическом дискурсе»** посвящен изучению закрепления аксиологических смыслов за определенными

пространственно-временными континуумами, животными и артефактами в комическом дискурсе.

На основе анализа практического материала можно выделить следующие комически и аксиологически значимые пространственно-временные континуумы в комическом дискурсе англоязычной лингвокультуры: ‘pub’, ‘airplane’ (локальные), ‘big city’, ‘in the middle of nowhere’ (глобальные).

В пространственно-временном континууме ‘pub’ кристаллизованы следующие антиценности:

- похоть: *Howard: See, first we let the lawyers and the jocks thin the herd, and then we go after the weak and the old and the lame* (The Big Bang Theory. The Hofstadter Isotope, 2009).

- негативный эскапизм: *All: Drink, drink... Ted: This is a super brain. This brain is unstoppable. This brain... And that's all I remember* (How I Met Your Mother. The Pineapple Incident, 2005).

К данному континууму относится стереотипный персонаж «доверчивая девушка» (объект похоти). Кроме того, в британской лингвокультуре характерным посетителем пабов является стереотипный ирландец.

К аксиологическим концептам, которые актуализируются в пространственно-временном континууме ‘airplane’, относятся:

- ‘cowardice’: *Howard: Oh, this is nothing. I experienced way worse when I was plummeting back to Earth, apparently not being a real astronaut. Okay, that was a big one* (The Big Bang Theory. The Friendship Turbulence, 2014).

- ‘courage’: *“My son, I am old and don't have many years left, you have more years ahead so I will sacrifice my life and let you have the last parachute.” The little boy said, “That's okay, Your Holiness, there's a parachute left for you. America's smartest President took my schoolbag”* (Upjoke.com.).

В подобных случаях обычно происходит параллельная актуализация концептов ‘courage’ и ‘cowardice’, где одни пассажиры проявляют храбрость, а другие – трусость. Следует отметить, что трусость обычно сопровождается глупостью.

Ключевыми действующими лицами данного континуума являются пассажиры и террористы, а сюжетобразующими ситуациями – падение самолета и его захват террористами.

Таким образом, в локальных пространственно-временных континуумах закреплены аксиологические смыслы, которые связаны непосредственно с реализуемой в них деятельностью.

К аксиологическим концептам, кристаллизованным в большом городе, относятся:

- ‘cowardice’ (чужие): *Marshall: Why would I have to leave? I can have anything I want delivered, and New York City cable is awesome. Have you seen*

*this public access show with the old Jewish lady in a bikini?* (How I Met Your Mother. The Best Burger in New York, 2008).

- 'cruelty' (свои-чужие): *all the local Turkish shopkeepers went out onto Dalston high road and attacked the rioters with kebab knives* (Lee, 2012).

- 'pride' (свои): *Ted: I'd say you're not a real New Yorker until you've stolen a cab from someone who needs it more than you do* (How I Met Your Mother. Subway Wars, 2010).

- порок в целом (в сознании жителей окраин, деревень и маленьких городов): *"Hitting my cat in the face with a hammer?!" You don't get many opportunities in your life to ask that question. "I was in there making scones and I saw you hitting in the face with a hammer <...> Are you from Glasgow by any chance?* (Connolly, 2016).

В большом городе комическими персонажами являются «свой» (коренной житель города или человек, считающий себя представителем города) и «чужой» (человек, недавно переехавший в большой город).

К аксиологическим концептам, кристаллизированным в пространственно-временном континууме 'in the middle of nowhere', относятся:

- 'uselessness': *Howard: Couple of pinches ought to do the trick. Raj: Is that enough to melt the lug nut? Leonard: Well, let's start small. We can always add more. Howard: You put up a good fight, lug nut, but you've met your match. Scene: A moment later, next to the burning van* (The Big Bang Theory. The Bachelor Party Corrosion, 2015).

- 'stupidity': *Ted: This is all because of your insane no-food rule. Marshall: It's perfectly rational. (They start fighting) <...> Narrator: And so Marshall and I thought we were gonna die out there in the middle of nowhere. But funny thing... (Ted and Marshall are sleeping in the car which is next to a hotel)* (How I Met Your Mother. Arrivederci, Fiero, 2007).

В анекдотах одним из результатов пребывания в данном континууме становится получение физических увечий. Кроме того, в американских комедийных фильмах в качестве популярного лингвокультурного типажа выступает «неприятный попутчик».

Таким образом, за глобальными пространственно-временными континуумами закреплено такое состояние, как враждебность по отношению к «чужим».

В комическом дискурсе в артефактах кристаллизуются преимущественно следующие аксиологические концепты: 'ugliness', 'stupidity', 'cruelty', 'gluttony' и 'uselessness'.

Предметы уродства зачастую могут одновременно считаться символами глупости. Концепты 'ugliness' и 'stupidity' обычно кристаллизуются в: предметах одежды; вещах, напоминающих половой орган; рисунках и надписях на лице; татуировках: (*Scene: Ross walks into*

*Central Perk, wearing a pink and white ladies shirt. Joey is on the couch*  
Ross: (to Joey) So? What do you think? (*Shows himself – Joey observes him with a strange look on his face*) (Friends. The One with the Birth Mother, 2004).

Ключевыми символами жестокости можно считать огнестрельное оружие и бейсбольную биты: *Stuart: (got paintball shot) Ow! I'm hit (got paintball shot). Ow! I said I was hit! Denise: Sorry. Stuart: (got paintball shot)* (The Big Bang Theory. The Paintball Scattering, 2019).

К главным символам чревоугодия комического дискурса американской лингвокультуры относятся бургеры, пончики и курица из ресторанов быстрого питания: *Lily: This burger is so good. It's like Christmas in my mouth, meat Christmas* (How I Met Your Mother. The Best Burger in New York, 2008).

Концепт 'uselessness' может кристаллизоваться в различных предметах коллекций и свадебных подарках: *Leonard: I have here the rare mint condition production error Star Trek: The Next Generation Geordi LaForge, without his visor in the original packaging. If you do not get out of my way, I will open it. Howard: Okay man, be cool, we're all friends here* (The Big Bang Theory. The Nerdvana Annihilation, 2008).

Важными объектами комического можно считать следующих диких животных:

- оленей (глупость): *I hit him with my headlights and he does "DUH," that whole thing. And then he won't just go, he's like "Can I go? Can I- Can I go?"* (Louis C. K., 2008).

- енотов (жестокость): *I can't stand raccoons because I don't like the way they look. They look like criminals. They got a black mask, gloves. Everything about a raccoon says crime* (Hart, 2016).

- медведей (жестокость): *Rumour got round that the bear kept a list of all the animals he plans to kill. <...>"Do you really keep a list of all the animals you plan to kill?" "I do." said the bear. "And... Is my name on it?" asked the rabbit. "It is." the bear growled. "Can - can you remove it?" "Oh, for sure"* (Upjoke.com).

- грызунов (источник страха): *Amy: Something in the chair's biting my tushy. It's not important. Ow! Penny: Wait. Get up, get up! (She does. Something is moving in the seat cushion. They both run out of the apartment screaming.)* (The Big Bang Theory. The Infestation Hypothesis, 2011).

В свою очередь, среди домашних животных, за которыми закрепляются определенные аксиологические смыслы, можно выделить попугаев (грубость): *The Mexican confirms: "I have showered him with love and luxury as well, tried to teach him words day and night, spent all my time and energy spoiling him with everything I had!" The parrot looks at the Mexican with disbelief and yells out: "You lying mother..cker!"* (Upjoke.com).

В комическом дискурсе животные могут обладать как своими реальными характеристиками, так и человеческими характеристиками.

**В параграфе 3.3. «Кристаллизация аксиологических смыслов в неаксиологических концептах комического дискурса (на примере концепта ‘war’ в американской лингвокультуре)»** продемонстрировано закрепление аксиологических смыслов в концепте ‘war’ в комическом дискурсе американской лингвокультуры. Также подробно описан комический аспект информационной войны на примере выборов президента США 2024 года.

В когнитивном плане концепт ‘war’ относится к комплексным сценариям, реализующимся в разных локациях с меняющимся набором персонажей, объединенных множеством частных целей и одной общей целью, и содержит как предметно-образные, понятийные и аксиологические характеристики, так и частные пространственно-временные континуумы, в которых происходят определенные события, и общий сценарий протекания войны, отображенный в сознании соответствующего народа.

К наиболее распространенным высмеиваемым антиценностям войны относятся:

- бесполезность: *And did you get bin Laden? Almost. We got four of his number threes* (Williams, 2009).

- жестокость: *“Oh, mass graves, mass graves oh.” <...> what’s the guy suppose to do with a couple thousand people he just killed?* (Carlin, 2006).

К основным аксиологическим концептам, актуализируемым в межличностных отношениях в парадигме войны, относятся ‘cunning’ и ‘rudeness’: *Barney: Then I got this e-mail from Butterfield. Marshall (looking at the computer): Oh, God! Barney: It got me as well. Marshall: Well, then why did you have me drink it?! Barney: Because now... you’re in* (How I Met Your Mother. Milk, 2006).

К военным пространственно-временным континуумам относятся Вьетнам (в контексте Вьетнамской войны), США (в контексте Гражданской войны) и Ирак (в контексте войны в Персидском заливе и Иракской войны).

Наиболее распространенными аксиологическими концептами, связанными с континуумом Вьетнам, являются:

- ‘cruelty’: *“Son, in Vietnam, I killed hundreds of people.” Son: But dad you also said you were just a shipwright. Dad: Never said I was a good one* (Upjoke.com).

- ‘uselessness’: *America won the war against COVID the same way they won the war against Vietnam. It got too expensive and they just declared it was over* (Upjoke.com).

- ‘cowardice’: *My father didn’t serve in Vietnam because of a problem with his feet. They were in Canada* (Upjoke.com).

В большинстве контекстов Гражданская война привязывается к каким-либо актуальным событиям современности: *I think this country is ready for another Civil War. **Because these NASCAR fans are out of control*** (Tosh, 2007).

За континуумом Ирак закреплен аксиологический концепт ‘cruelty’: *There’s some Black Hawk helicopter with night vision mows down, like, 40 people. Pilot gets on, he just goes... (mimics radio chatter) “**Clear**”* (Gillis, 2023).

В современном комическом дискурсе американской лингвокультуры можно выделить следующие военные лингвокультурные типажи:

- глупый президент: *Fictional George W. Bush: Now, let me make something very clear. **There was utterly no legal or military justification for this strike*** (Saturday Night Live. President George W. Bush on Bombing Iraq, 2001).

- грубый и глупый офицер: *There is a rumor going around that you are the sorriest, laziest group of recruits on the base **and I started that rumor*** (Saturday Night Live. Drill Sergeant, 2017).

- деспотичный диктатор: *Aladeen: Don’t worry. **Your family is safe. They are having a great time. Jon: Are they... Aladeen: Your son is learning a lot*** (The Daily Show. Admiral General Aladeen, 2012).

- надоедливый ветеран: *Why did the Vietnam veteran cross the road? **“YOU WEREN’T THERE!!”*** (Upjoke.com).

К популярным символам войны относятся:

- флаг Конфедеративных Штатов Америки: *Republican insiders are concerned that the rivalry between Donald Trump and Ron DeSantis could lead to a civil war within the party, **because they already have the flags (There is a picture of the flag of the Confederate States of America)*** (Saturday Night Live. Weekend Update: Nuclear Scientists Achieve “Ignition,” Trump vs. DeSantis GOP Civil War, 2022).

- напалм: *My dad, a Vietnam veteran, told me that there’s one thing that always sticks with kids and adults no matter how old they are. **Napalm*** (Upjoke.com).

- атомная бомба: *An American, a Frenchman and a Chinese walk into a bar. The topic of WW2 comes up and the Frenchman says to the American, **“Dropping two atomic bombs on Japan was a terrible mistake.” The Chinese nods. “You should have dropped more than two”*** (Upjoke.com).

В рамках информационной войны в комическом дискурсе американской лингвокультуры можно выделить две четко выраженные составляющие: демократическое комическое, республиканское комическое.

В предвыборной кампании демократов 2024 года главными объектами осмеяния стали: Д. Трамп (глупость, гордыня, бесполезность, трусость, непривлекательность и неискренность), Дж. Вэнс (неискренность), Дж. Байден (глупость); а объектами восхваления – К.

Харрис (ум, храбрость, полезность), Д. Эмхофф (любовь). Кроме того, предпринимались попытки создать негативный образ Д. Трампа, ассоциируя его со злом в целом.

В рамках выборов президента США 2024 года ключевыми источниками демократического комического можно считать такие чисто комические жанры, как скетчи и новостные пародии. В основе демократического комического лежит актуализация комических метаконцептов ‘intelligence’, ‘rudeness/cynicism’, при этом акцент сделан на проявлении ума.

В предвыборной кампании республиканцев центральными объектами осмеяния стали: К. Харрис (глупость, бесполезность и неискренность) и Дж. Байден (бесполезность); а объектами восхваления – Д. Трамп (полезность) и И. Маск (ум).

К ключевым источникам республиканского комического относятся комические вкрапления в таком некомическом субжанре, как предвыборные митинги. Республиканское комическое в более или менее равной степени строится на актуализации метаконцептов ‘rudeness/cynicism’ и ‘intelligence’.

**В заключении** подводятся итоги проведенного диссертационного исследования и намечаются перспективы их применения.

Проведенный лингвоаксиологический анализ позволил определить аксиологическую концептосферу комического с выделением ее ядра, ближней и дальней периферии. Также были установлены особенности кристаллизации аксиологических смыслов в различных неаксиологических явлениях.

К основной перспективе исследования относится изучение комической объективации неаксиологических концептов. Также перспектива исследования заключается как в изучении различных языковых явлений при помощи разработанного лингвоаксиологического подхода, так и в анализе диахронических и синхронических особенностей актуализации ценностей и антиценностей в различных аксиологических концептосферах.

**Приложение** содержит четыре таблицы, в которых отражена статистика актуализации аксиологических концептов в различных комических жанрах.

**Основное содержание и результаты диссертационного исследования** отражены в изданиях, включённых в перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий ВАК РФ:

**1. Бочкарев А.И. Транспозиция речевых актов как основа языковой игры (на примере рекламного ролика банка ВТБ 24) // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. – 2014, № 2 (28). – С. 153–160. – 0,8 п.л.**

2. Бочкарев А.И. Функционально-прагматические характеристики гетерогенных компонентов коммуникативного акта // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2015, Т. 157, № 5. – С. 128–140. – 0,87 п.л.

3. Бочкарев А.И. Аллокутивный сдвиг в коммуникативных актах // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2016, № 2. – С. 25–29. – 0,48 п.л.

4. Бочкарев А.И. Текстовые примитивы // Научный диалог. – 2016, № 8 (56). – С. 9–20. – 0,7 п.л.

5. Бочкарев А.И., Пепеляева М.А., Скворцова Е.Б. Статистический анализ речевых формул оправдания в английском языке при помощи SVM-классификатора // Филология: научные исследования. – 2018, № 4. – С. 302–307. – 0,37 п.л. (в соавт., личный вклад – 0,12 п.л.)

6. Бочкарев А.И. Комические характеристики животных в американской лингвокультуре (на материале стендап-комедий) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2020, Т. 13 (11). – С. 165–168. – 0,49 п.л.

7. Бочкарев А.И. Антиценностный концепт трусость в комическом дискурсе англосаксонской лингвокультуры // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2021, Т. 23, № 4. – С. 1016–1023. – 0,95 п.л.

8. Бочкарев А.И. Основные высмеиваемые характеристики антиценностного концепта ‘Gluttony’ (на материале англоязычных стендап-комедий и ситуационных комедий) // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2021, Т. 163, № 4–5. – С. 109–118. – 0,7 п.л.

9. Бочкарев А.И. Аксиологические особенности выражения антиценностного концепта ‘anger’ в комическом дискурсе англоязычной лингвокультуры // Когнитивные исследования языка. – 2022, Вып. 3 (50): Когниция, культура, коммуникация в современных гуманитарных исследованиях: мат. Всерос. науч. конф. с междунар. участием, Новосибирск, 15–16 сент. 2022 г. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2022. – С. 715–719. – 0,3 п.л.

10. Бочкарев А.И. К особенностям актуализации сложного антиценностного концепта insincerity в комическом дискурсе английской лингвокультуры // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2022, Т. 24, № 2. – С. 239–246. – 1 п.л.

11. Бочкарев А.И. Когнитивные признаки ценностного концепта «cunning» в комическом дискурсе современной англосаксонской

лингвокультуры // Вестник Удмуртского университета. Серия История и филология. – 2022, Т. 32 (5). – С. 984–989. – 0,66 п.л.

12. Бочкарев А.И. Комическая объективация сложного ценностного концепта ‘COURAGE’ в современной англоязычной лингвокультуре // Вестник Пятигорского государственного университета. – 2022, №3. – С. 333–336. – 0,62 п.л.

13. Бочкарев А.И. Лингвокогнитивные характеристики антиценностного концепта «negative escapism» в комическом дискурсе // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. – 2022, Том 8 (74), № 2. – С. 98–109. – 0,89 п.л.

14. Бочкарев А.И. Бесплезность как основная утилитарная антиценность современного комического дискурса англоязычной лингвокультуры // Научный диалог. – 2023, Т. 12, № 8. – С. 245–261. – 1,16 п.л.

15. Бочкарев А.И. The Role of the Anti-Value Concept ‘Lust’ in Modern English-Language Humor // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова. – 2023, Вып. 1 (61). – С. 9–23. – 1,06 п.л.

16. Бочкарев А.И. Аксиологический подход к исследованию концепта PRIDE (гордость, гордыня) в рамках комического дискурса // Научный диалог. – 2024, № 13(6). – С. 60–77. – 1,19 п.л.

17. Бочкарев А.И. Комическая объективация концепта UGLINESS: аксиологический подход // Научный диалог. – 2024, Т. 13, № 1. – С. 125–140. – 1,06 п.л.

18. Бочкарев А.И. Об изменении аксиологических характеристик стереотипного образа Дональда Трампа в комическом дискурсе // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. – 2024, Том 10 (76), № 1. – С. 88–94. – 0,53 п.л.

19. Бочкарев А.И. Пространственно-временной континуум ‘pub’ как значимое аксиологическое пространство современного комического дискурса // Когнитивные исследования языка. – 2024, Вып. 2 (58): мат. XII Междунар. конгресса по когнитивной лингвистике. 30 мая–1 июня 2024 г.: в 2-х частях. Ч. 1. – Москва: ФЛИНТА, 2024. – С. 104–108. – 0,28 п.л.

20. Бочкарев А.И., Макарова Н.Е. Лингвокультурное типажное поле ‘celebrity’ // Язык и культура. – 2024, № 68. – С. 8–24. – 1,2 п.л. (в соавт., личный вклад – 0,7 п.л.)

21. Бочкарев А.И., Макарова Н.Е. Особенности актуализации камео в американских ситуационных комедиях и скетч комедиях // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2024, №3. – С. 78–86. – 0,8 п.л. (в соавт., личный вклад – 0,5 п.л.)

22. Бочкарев А.И. К вопросу об актуализации ценностного концепта INTELLIGENCE в современном комическом дискурсе // Когнитивные исследования языка. – 2025, Вып. 1 (62): мат. Междунар. науч. конф. по когнитивной лингвистике. 5–7 июня 2025 г. – Тюмень: ТюмГУ, 2025 – С. 144–147. – 0,28 п.л.

23. Бочкарев А.И. Метакомические характеристики ценностного концепта ‘intelligence’ в англоязычном экранном юморе // Известия Смоленского государственного университета. – 2025, №1 (69). – С. 117–128. – 0,78 п.л.

*в монографии:*

24. Бочкарев А.И. Аксиологическая концептосфера комического в англоязычной лингвокультуре: монография. – Новосибирск, Изд-во НГТУ, 2025. – 160 с. – 10 п.л.

*а также в других изданиях:*

25. Бочкарев А.И. Синтаксические макроструктуры // Герценовские чтения. Иностранные языки: мат. Всерос. межвуз. науч. конф., 14–15 мая 2015 г. – Санкт-Петербург: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2015. – С. 19–21. – 0,12 п.л.

26. Бочкарев А.И. О некоторых лексико-грамматических особенностях выражения лингвосоциокультурной категории гендера в английском языке // Язык. Культура. Коммуникация. Мат. X юбилейной Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. – Ульяновск: Изд-во УлГУ, 2017. – С. 16–21. – 0,24 п.л.

27. Бочкарев А.И. О некоторых синтаксических особенностях лингвосемиотического анализа текста (на примере рассказа П.Г. Вудхауза "Jeeves and the Song of Songs") // Интерэкспо ГЕО-Сибирь–2017. Геопространство в социогуманитарном дискурсе, 17–21 апр. 2017 г.: сб. мат.: в 10 т. Т. 6, № 1. – Новосибирск: Изд-во СГУГиТ, 2017. – С. 152–155. – 0,28 п.л.

28. Бочкарев А.И. Аксиологические характеристики концепта ‘cruelty’ в современном англоязычном комическом дискурсе // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. – 2022, Т. 28, № 3. – С. 88–95. – 0,95 п.л.

29. Бочкарев А.И. Антиценностное пространство стендап-концерта Билли Коннолли «High Horse Tour» // Актуальные вопросы лингвистики и лингводидактики в контексте межкультурной коммуникации: сб. мат. 2 Всерос. науч.-практ. онлайн-конф., Орел, 31 марта 2022 г. – Орел: Изд-во ОГУ им. И.С. Тургенева, 2022. – С. 72–77. – 0,26 п.л.

30. Бочкарев А.И. Комические характеристики ценностного концепта «глупость» в англосаксонской лингвокультуре на материале стендап-

комедий // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2022, № 80. – С. 30–44. – 1,12 п.л.

31. Бочкарев А.И. Комический аспект антиценностных характеристик в стендап-концерте Луи Си Кея «Chewed up» // Интерэкспо ГЕО-Сибирь 2022: сб. мат. 18 Междунар. науч. конгр., Новосибирск, 18–20 мая 2022 г.: в 8 т. Т. 5: Электронное геопространство: философско-гуманитарное и социально-правовое измерение. – Новосибирск: Изд-во СГУГиТ, 2022. – С. 95–99. – 0,29 п.л.

32. Бочкарев А.И. Смех как основной инструмент оценки комического // Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения: сб. мат. 10 Междунар. науч. конф., Москва, 22–23 апр. 2022 г. – Москва: Изд-во РУДН, 2022. – С. 62–64. – 0,09 п.л.

33. Бочкарев А.И. Цинизм как базовая ценность современного англоязычного комического дискурса // Вестник Томского государственного университета. – 2022, № 482. – С. 59–66. – 1,16 п.л.

34. Бочкарев А.И. Эмоциональная реакция аудитории как способ оценки комического и ценностного статусов различных явлений // Вопросы психолингвистики. – 2023, № 1 (55). – С. 24–35. – 0,92 п.л.

35. Бочкарев А.И., Гордеева М.Н. Особенности актуализации ценностного концепта ‘acceptance of grief’ в рамках комического дискурса // Вестник Томского государственного университета. – 2023, № 494. – С. 5–12. – 1,18 п.л. (в соавт., личный вклад – 0,7 п.л.)

36. Бочкарев А.И. Аксиологические характеристики пространственно-временного континуума “Airplane” в комическом дискурсе // Актуальные вопросы лингвистики и лингводидактики в свете глобальных трансформаций: мат. Междунар. науч.-практ. конф., 29 марта 2024 г. – Тирасполь: Изд-во Приднестр. ун-та, 2024. – С. 20–23. – 0,23 п.л.

37. Бочкарев А.И. Аксиологическое пространство стендап-комедии Джимми Карра «Being Fanny» // Язык, культура, технологии: междисциплинарная парадигма исследований: сб. мат. Всеросс. науч. конф. (22–24 ноября 2023 г., Ханты-Мансийск). – Ханты-Мансийск: Сектор редакционно-издательской работы НБ ЮГУ, 2024. – С. 94–99. – 0,31 п.л.

38. Бочкарев А.И. Аксиологическое пространство стендап комедии Робина Уильямса “Weapons of Self Destruction” // Актуальные вопросы лингвистики и лингводидактики в контексте межкультурной коммуникации: сб. мат. IV Всеросс. науч.-практ. конф. – Орел: Изд-во ОГУ имени И.С. Тургенева, 2024. – С. 34–38. – 0,29 п.л.

39. Бочкарев А.И. Актуализация социально ориентированного антиценностного концепта GREED в комическом дискурсе англоязычной лингвокультуры // Вестник Российского университета

дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2024, Т. 15, № 3. – С. 701–714. – 0,96 п.л.

40. Бочкарев А.И. Комическая объективация эстетического ценностного концепта “beauty” в англоязычной лингвокультуре // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». – 2024, Т. 21, № 2. – С. 50–57. – 0,94 п.л.

41. Бочкарев А.И. Особенности кристаллизации ценностных смыслов в татуировках в рамках комического дискурса // Новейшая филология: современные парадигмы исследований: сб. тез. уч. Всеросс. науч.-практ. конф., посвящённой памяти проф. Г.Г. Галич (21–23 марта 2024 г.). – Омск: Изд-во ОмГУ, 2024. – С. 38–40. – 0,09 п.л.

42. Бочкарев А.И. Стереотипный аксиологический образ президентов США в современных стендап комедиях и скетчках // Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики иностранного языка делового и профессионального общения: сб. мат. XI Междунар. науч.-практ. конф. Москва, РУДН, 17–18 апреля 2024 г. – Москва: Изд-во РУДН, 2024. – С. 75–77. – 0,08 п.л.

43. Бочкарев А.И. Кристаллизация аксиологических смыслов в артефакте «шкаф» в комическом дискурсе // Человек и текст. Мат. VI Междунар. лингвокультур. конф., посвященной 225-летию со дня рождения А.С. Пушкина. – Ульяновск: Изд-во УлГУ, 2024. – С. 81–85. – 0,23 п.л.

44. Бочкарев А.И., Гордеева М.Н. Аксиологические характеристики концепта «смерть» в стендап концерте Вани Усовича «40 лет максимум» // Актуальные вопросы языкознания в контексте межкультурного взаимодействия. Т. 2. – Чебоксары: Изд-во ЧГПУ, 2024. – С. 240–244. – 0,29 п.л. (в соавт., личный вклад – 0,09 п.л.)

45. Бочкарев А.И., Гордеева М.Н. Cancer как предмет комического в англоязычной лингвокультуре // Российская наука в современном мире. Сб. ст. LX Междунар. науч.-практ. конф. – Москва: «Научно-издательский центр «Актуальность.РФ», 2024. – С. 187–189. – 0,22 п.л. (в соавт., личный вклад – 0,05 п.л.)

46. Бочкарев А.И., Гордеева М.Н. Высмеивание смертельных заболеваний в англоязычной лингвокультуре на примере AIDS // Человек и язык в коммуникативном пространстве: сб. науч. статей. Вып. 15 (24). – Красноярск: Изд-во СФУ, 2024. – С. 168–171. – 0,23 п.л. (в соавт., личный вклад – 0,05 п.л.)

47. Бочкарев А.И. Аксиологическая составляющая пространственно-временного континуума Одесса в малороссийских и новороссийских анекдотах // Образы Новороссии в русской культуре: между прошлым и будущим: мат. I Всеросс. науч.-практ. конф. – Симферополь: Изд. дом КФУ, 2025. – С. 12–15. – 0,28 п.л.