



DOI: 10.22363/2313-2299-2024-15-3-701-714

EDN: HJMBСР

УДК 811.111'42:179.8

Научная статья / Research article

## Актуализация социально ориентированного антиценностного концепта GREED в комическом дискурсе англоязычной лингвокультуры

А.И. Бочкарев

Новосибирский государственный технический университет, *Новосибирск,*  
*Российская Федерация*✉ [arsentiy\\_87@mail.ru](mailto:arsentiy_87@mail.ru)

**Аннотация.** Особенности комической объективации концепта 'greed' устанавливаются при помощи аксиологического подхода. Новизна исследования предопределена тем, что впервые проведен комплексный анализ комических характеристик жадности в англоязычной лингвокультуре. Материал анализа составили записи и скрипты 500 эпизодов различных ситкомов и более 70 выпусков стендап концертов британских и американских авторов. Выявлено, что актуализация анализируемого концепта, реализуется смехом и периодически сопровождается неодобрительными возгласами. Кроме того, проявление жадности оценивается отрицательно либо автором произведения, либо его персонажами. В комическом дискурсе рассматриваемый концепт актуализируется как через стремление обладать благами, так и через стремление сохранить их. Стремление обладать благами выражается преимущественно через готовность совершить порицаемые поступки ради достижения благ и через их кражу. В свою очередь, стремление сохранить блага реализуется либо через нежелание их отдавать, либо через приоритет материальных благ над различными этическими ценностями. К основным социокультурным характеристикам, которые высмеиваются в современном комическом дискурсе при помощи актуализации концепта GREED, относятся характеристики социальной успешности (богатые люди), профессиональные характеристики (политики, финансисты и т.д.), этнические характеристики (американцы) и гендерные характеристики (женщины, стремящиеся заполучить богатство мужчин). К основным языковым средствам выражения концепта GREED в комическом дискурсе относятся антитеза и гипербола. Кроме того, высмеивание жадности осуществляется через актуализацию адресантом комического таких концептов, как 'intelligence', 'cynicism', 'anger'.

**Ключевые слова:** аксиологическая лингвистика, концептосфера комического, ценности, антиценности, жадность, социокультурные характеристики

**Заявление о конфликте интересов:** Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

© Бочкарев А.И., 2024

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

**История статьи:**

Дата поступления: 01.06.2024

Дата приема в печать: 15.06.2024

**Для цитирования:**

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. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2024-15-3-701-714>

## Actualization of the Socially Oriented Anti-Value Concept of GREED in Humorous Discourse of the English Linguistic Culture

Arsentiy I. Bochkarev 

Novosibirsk State Technical University, *Novosibirsk, Russian Federation*

✉ [arsentiy\\_87@mail.ru](mailto:arsentiy_87@mail.ru)

**Abstract.** The peculiarities of the comic objectification of the socially oriented anti-value concept GREED are determined by applying an axiological approach consisting of five stages. The article considers the features of comic objectification of the anti-value concept of GREED. The research proves relevant as humorous characteristics of greed have been analyzed in detail. The corpus of the study comprises recordings and scripts of 500 episodes of various sitcoms and more than 70 stand-up specials by American and British writers. Disapproving exclamations accompany laughter periodically while actualizing GREED. In addition, the manifestation of greed is evaluated negatively either by the authors of the sitcoms or by its characters. In humorous discourse the concept is emphasized both manifesting the desire to be wealthy and the desire to save wealth. While the desire of being wealthy is expressed through committing immoral acts in order to achieve wealth and through thieving goods the desire to save wealth is realized either by the unwillingness to share goods with other people or by the priority of wealth over other values. The main sociocultural characteristics that are comically exposed in modern humorous discourse while specifying greed include characteristics of success (rich people), professional characteristics (politicians, bankers, etc.), ethical characteristics (Americans) and gender characteristics (women seeking to get the wealth of the men). The main language means of expressing the analyzed concept in humorous discourse are antithesis and hyperbole. In addition, GREED is mocked through actualizing such concepts as ‘intelligence’, ‘cynicism’, ‘anger’ by a comic addresser.

**Keywords:** axiological linguistics, conceptual framework of humor, values, anti-values, sociocultural characteristics

**Conflicts of interest:** The author declares no conflicts of interest.

**Article history:**

Received: 01.06.2024

Accepted: 15.06.2024

**For citation:**

Bochkarev, A.I. (2024). Actualization of the Socially Oriented Anti-Value Concept of GREED in Humorous Discourse of the English Linguistic Culture. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 15(3), 701–714. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2024-15-3-701-714>

## Введение

Данное исследование выполнено с точки зрения аксиологического подхода к языку, который направлен на «изучение языкового воплощения ценностей», определяющих «выбор и закрепление смыслов в содержании языковых единиц и коммуникативных моделей поведения» [1. С. 4]. В рамках аксиологической лингвистики пристальное внимание уделяется исследованию культурного, этнического и социального аспектов ценностей [2. С. 938]. Среди ее главных задач выделяют: разработку общей теории аксиосферы; описание фундаментальных категорий ценности и оценочности; анализ амбивалентности оценки и поливалентности ценностных репрезентаций; определение семантического и семиологического статуса ценности [3]. К основным сферам бытования ценностей относят области: истины, прекрасного, этики, удовольствия, практической пользы [4. С. 29]. Современные исследования по изучению антиценностей посвящены прежде всего этическим антиценностям, которые соответствуют семи смертным грехам, а именно: похоть, обжорство, гнев, зависть, жадность, лень и гордыня [5. Р. 560]. Кроме того, пристальное освещение получила такая эстетическая антиценность, как уродство [6]. В комическом дискурсе наиболее изучена актуализация таких антиценностей, как глупость, похоть [7] и негативный эскапизм [8]. Также следует отметить, что в комическом дискурсе на первый план выходят разнообразные экранные жанры, при этом в американской лингвокультуре возрастает роль анимационных сериалов как источника сатиры [9].

В представленной статье проводится подробный анализ особенностей комической объективации концепта GREED. Актуальность исследования обусловлена тем, что в отличие от остальных основных этических антиценностей англоязычной культуры изучению жадности посвящено относительно небольшое количество научных работ, при этом различные аспекты жадности подробно отображены в различных формах искусства. Это объясняет тот факт, что при изучении жадности многие исследователи (например, Ф. Тикл) преимущественно опираются на произведения художественной литературы и изобразительное искусство. Кроме того, в американской лингвокультуре жадность признается основным «национальным заболеванием» общества [10. Р. 18].

## Теоретические основания

В толковых словарях английского языка даются следующие определения слова *greed*: ‘1) a strong desire for more wealth, possessions, power, etc. than a person needs; 2) a strong desire for more food or drink when you are no longer hungry or thirsty’<sup>1</sup>; ‘the desire to have more of something, such as food or money, than is necessary or fair’ (CED).

<sup>1</sup> Oxford Advanced Learner’s Dictionary. Режим доступа: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/> (дата обращения: 13.01.2023).

Согласно данным определениям суть жадности заключается в желании иметь что-либо сверх потребности. Основной целью жадности является приобретение богатства, имущества и власти. Во втором своем значении жадность соотносится с обжорством. В своей работе мы рассматриваем обжорство как отдельную антиценность [11]. Данное разграничение, в частности, проводится в рамках этической системы ценностей. В этом плане интересно рассмотреть определение жадности в наиболее авторитетном издании Оксфордского словаря, которое состоит из 20 томов. Основным словом для выражения жадности является слово *greediness*, которое имеет следующие значения: ‘excessive longing for food or drink, or avidity in the consumption of it; excessive eagerness or longing for wealth or gain; excessive longing or desire in general’<sup>2</sup>. Для составления этой словарной статьи использовался практический материал, охватывающий временной период с XII по XIX век. Согласно данному определению жадности, основным желаемым благом является еда и напитки. На наш взгляд, это объясняется тяжелым финансовым положением большинства людей в англоязычном обществе вплоть до недавнего времени. Соответственно, предел желаний в обществе ограничивался невыполнением базовых потребностей.

Выделяют два основных типа жадности: стремление обладать благами (приобретение/приумножение) и стремление их сохранить [12. С. 9]. Следует отметить, что само определение слова *greed* не содержит значение «сохранение благ». Данное значение реализуется в одном из его синонимов — *stinginess*: ‘the fact of not being willing to give something or enough of something’<sup>3</sup>. Тем не менее, нежелание делиться своими благами с другими людьми выделяют в качестве одной из определяющих характеристик жадности [13. С. 333]. К ее концептуальным признакам относятся: желание приобретать материальные блага (в основном нечестным путем) в ущерб интересам других людей; стремление приумножить имеющиеся блага с минимальными затратами; сохранение имеющихся благ; обречение себя на одиночество; желание узнать как можно больше нового [12. С. 11]. Последний концептуальный признак можно отнести к ценностному состоянию.

Жадность находится в тесной связи с такими антиценностными явлениями, как обжорство, лицемерие, эгоизм, страх, недоверчивость [12. С. 12]. Наиболее тесно она связана с богатством. В большинстве тех случаев, когда богатство получает отрицательную оценку, этому способствует актуализация концепта *GREED*, при этом жадность может приводить как к приобретению, так и к потере богатства [14]. Кроме того, зачастую жадность приводит к воровству [15]. Среди основных благ, которые являются предметом жадности,

<sup>2</sup> The Oxford English Dictionary. Vol. VI. Oxford: Clarendon Press, 1989. P. 806.

<sup>3</sup> Oxford Advanced Learner’s Dictionary. Режим доступа: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/> (дата обращения: 13.01.2023).

выделяют: деньги, бытовые вещи, славу, еду, знания, власть [12. С. 14], при этом именно деньги выступают в качестве основного предмета жадности, так как они позволяют приобрести любые другие блага [14]. На наш взгляд, суть жадности заключается в «стратегии недостижимого богатства», т.е. при достижении определенного состояния жадный человек ставит перед собой новый ориентир, в то время как имеющиеся материальные блага кажутся ему недостаточными.

Отмечается изменение оценочной интерпретации такого явления, как жадность. Традиционно жадность относится к однозначным этическим антиценностям [10], при этом в современном англоязычном обществе жадность может восприниматься положительно, как «показатель успеха в коммерческой сфере» [12. С. 16]. В исследованиях по комическому дискурсу в определенной степени изучена скупость, которая связана с сохранением материальных благ. В случае актуализации скупости в комическом дискурсе объект комического обычно совершает странные, нерациональные и даже невозможные поступки для сохранения определенного блага [7. Р. 189], при этом скупость в основном реализуется через отказ от незначительных трат и готовность понести любые потери, кроме материальных [7. Р. 189–190]. Более того, как отмечает В.И. Карасик, «в основном высмеивается скупость, доходящая до абсурда» [16. С. 159].

Относительно высмеивания социокультурных характеристик человека отмечается, что жадность является одним из основных пороков различных социальных структур англоязычного общества, например, политической системы [17. Р. 54]. Среди других профессий также выделяются адвокаты, жадность которых в комическом дискурсе реализуется в основном через желание получить как можно большее количество денег любым способом [18. Р. 446], при этом количество шуток о жадности адвокатов возрастает, начиная с 1980-х [19. Р. 370]. Среди других социокультурных характеристик, которые подлежат осмеянию при помощи актуализации концепта GREED, выделяются этнические характеристики человека. В англоязычной лингвокультуре в целом предметом комического становится жадность евреев, при этом в еврейском юморе жадность евреев обычно доходит до абсурда [7. Р. 210–212].

Следует также отметить, что в современных комических текстах роль концепта GREED уменьшается. Если, по некоторым данным, в англоязычных анекдотах (один из наиболее популярных комических жанров XX века) концепт GREED актуализировался в 18 % случаев [20. С. 19], то в стендап комедиях и ситкоммах (одни из наиболее популярных комических жанров в настоящее время), по нашим данным, жадность становится предметом комического примерно в 5 % случаев от общего количества шуток, в то же время при высмеивании определенных социальных групп процент подобных шуток может значительно возрастать. Кроме того, в американском юморе жадность осмеивается чаще (примерно 7 % случаев), чем в британском юморе (примерно 3 % случаев).

## Методы и материал

Для анализа комически значимых характеристик концепта GREED в современной англоязычной лингвокультуре был применен аксиологический подход, который складывается из: установления реакций аудитории на комические высказывания; выявления когнитивных признаков концепта на основе анализа словарных дефиниций, теоретической литературы и практического материала; исследования языковых средств выражения концепта GREED; изучения оценочных высказываний относительно проявления жадности объектом комического; анализа особенностей актуализации рассматриваемого концепта при высмеивании социокультурных характеристик человека. Искомые характеристики выделяются на основе изучения соответствующей теоретической литературы и практического материала.

Материалом для работы послужили записи и скрипты стендап комедий и ситкомов. В общей сложности нами было проанализировано более 70 выпусков стендап комедий и 500 эпизодов различных ситкомов британских и американских авторов. Выбор этих жанров в качестве практического материала обусловлен наличием аудиально фиксируемой реакции на комическое (смех зрителей или закадровый смех). Полужирным курсивом выделены высказывания, в которых актуализируется антиценностный концепт GREED.

### Основные комические характеристики концепта GREED

Двумя основными состояниями жадности являются стремление обладать благами и стремление сохранить блага. В комическом дискурсе стремление к обладанию благами актуализируется в основном через готовность совершить порицаемые поступки ради достижения благ и через кражу благ. Готовность совершить порицаемые поступки ради достижения благ может сопровождаться актуализацией самых разнообразных антиценностей. Наиболее распространенным является сюжет, в котором объект комического сначала отказывается от совершения определенного действия, характеризуя его как неприемлемое в рамках его системы ценностей, затем объект комического отказывается от своих принципов и совершает действие ради получения блага:

(1) Charlie: What? What's wrong? Alan: *I had sex with Norma*. Charlie: What? Alan: I gave in. I folded. *I let her have her way with me...* Charlie: Is that a Rolex? Alan: Yeah. *Platinum*. Charlie: Nice. And you get a building in Beverly Hills. *Not bad for a night's work* (Two and a Half Man, Madame and Her Special Friend, 2005).

Первое из анализируемых высказываний (*I had sex with Norma*) помимо смеха сопровождается неодобрительными возгласами. Остальным анализируемым высказываниям сопутствует смех. В приведенном текстовом



фрагменте объект комического соглашается на интимные отношения с женщиной, не испытывая к ней симпатии, что противоречит его убеждениям. Комический эффект основан на антитезе (в предыдущей части серии герой был склонен отказаться от интимных отношений ради получения материальных благ — в данной части выясняется, что герой согласился на интимные отношения). Первоначально подобное проявление жадности оценивается отрицательно как самим объектом комического (And you're considering it? — No. No, of course not), так и его братом (We've established that you're a manwhore). После совершения порицаемого поступка он начинает оцениваться положительно братом главного героя, что создает комический эффект (Not bad for a night's work), при этом данный поступок оценивается отрицательно окружающими (You have no idea how judgmental those people are).

Кража благ обычно связана с присвоением незначительного блага, при этом данное благо может восприниматься объектом комического как значительное, в то время как для адресата комического оно является незначительным:

(2) Leonard: It's in a FedEx box on its way back to where it came from. Raj: The fires of Mount Doom? Leonard: Peter Jackson's office in New Zealand. It wasn't ours. Howard: You quit the game! You had no right to take it. Leonard: I came in here, you guys were all sleeping. The ring was on the floor. No one was touching it. Raj: Well, so then we start the game over until there's a winner. Leonard: There wasn't ever going to be a winner. There was going to be a selfish, petty person with a ring and three people who used to be his friend. Is that really what you guys want? 'Cause if it is, fine, I don't want anything to do with you. And I don't know what happened in that bathroom, but I am not cleaning it up! (Goes to his bedroom. Takes a box from under his bed. *Takes out the ring.*) *My precious* (The Big Bang Theory, The Precious Fragmentation, 2010).

Анализируемый текстовый фрагмент сопровождается исключительно смехом. Концепт GREED актуализируется при помощи концепта 'insincerity' (ради получения кольца главный герой обманывает своих друзей и говорит, что уже отправил кольцо его владельцу). Комический эффект основан на антитезе (в ходе повествования честность и благородство главного героя преобразуются в воровство и лицемерие) и аллюзии (Высказывание 'My precious' является одной из наиболее известных цитат романа «Властелин колец»). Воровство и связанные с ним события оцениваются отрицательно девушкой главного героя (gotta go back to dating dumb guys from the gym).

В комическом дискурсе стремление к сохранению благ актуализируется через нежелание отдавать блага и приоритет материальных благ перед другими ценностями.

Нежелание отдавать блага может актуализироваться как через отказ от их траты, так и через их незначительную трату. В обоих случаях у объекта комического есть возможность потратить необходимое количество благ без ущерба для его финансового положения.

Отказ от траты благ обычно сопровождается наличием большого количества денег у объекта комического:

(3) Alan: Wait, wait, w-wait! I just remembered. I lost a big roll of bills that looked a lot like that one. Charlie: Really? It's yours? I had no idea. Alan: An honest mistake. **Gimme**. Charlie: You can understand my confusion. I mean, a guy has got this kind of cash laying around, **you'd think he'd be able to pay for his own freakin' bagel dog** (Two and a Half Man, Corey's Been Dead for an Hour, 2006).

Анализируемый текстовый фрагмент сопровождается исключительно смехом. В данной серии ситкома один из героев старается не тратить даже минимального количества денег, за него это делает брат. Затем оказывается, что герой хранит в шкафчике более пяти тысяч долларов. Комический эффект основан на антитезе (переход из спокойного состояние в возбужденное) и гиперболизации жадности (нежелание расставаться с небольшим количеством денег при наличии внушительной суммы). В приведенном текстовом фрагменте реакцией на жадность объекта комического является гнев его брата, который выражается через смену громкости голоса и использование пейоративной лексики (слово *freaking* является цензурным эквивалентом слова *fucking*). Подобное проявление жадности оценивается отрицательно (*be able to pay for his own freakin' bagel dog*; *Alan sponges off of Dumb Charlie*; *You have a serious problem*; *You need help*).

Случай незначительной траты благ является более распространенным в современном комическом дискурсе, чем отказ от траты благ:

(4) A charity worker came to my front door and they were collecting for a homeless shelter. So **I gave him a card board box**. Beggars can't be choosers (Carr, *Being Funny*, 2011).

Анализируемое высказывание помимо смеха сопровождается неодобрительными возгласами, которые являются свидетельством отрицательной оценки подобного проявления жадности объектом комического. Жадность актуализируется при помощи концепта 'cunning'. Объект комического жертвует бездомным картонную коробку, т.е. формально адресант вносит свой вклад в благотворительность. Следует отметить, что обычно концепт 'cunning', направленный на сохранение или преумножение богатства, воспринимается позитивно. Но использование хитрости для сохранения незначительного количества денег (т.е. когда проявляется концепт GREED) воспринимается негативно. Комический эффект основан на гиперболизации жадности.



В случае готовности понести любые потери, кроме материальных, комический эффект тем сильнее, чем значимее ценность, которой готов пожертвовать объект комического:

(5) Charlie: Alan didn't steal it. I did. I put it in his pocket. Evelyn: You framed your baby brother? How could you? Charlie: I know, I know. It was a rotten thing to do. Evelyn: Rotten? It's unspeakable. Do you have any idea what you put me through? Charlie: You? Evelyn: First the embarrassment... ..of people thinking that I'd spawned a petty thief. Then all the trouble I went to trying to figure out clever ways... ..*to hide my jewelry from his sticky little fingers* (Two and a Half Man, The Price of Healthy Gums Is Eternal Vigilance, 2004).

Анализируемый текстовый фрагмент сопровождается исключительно смехом. Комический эффект основан на гиперболизации жадности. Так, боязнь потери материальных благ сильнее предполагаемой материнской любви. Комический эффект усиливается за счет использования пейоративной лексики (*sticky fingers*) по отношению к собственному сыну. В рассматриваемом эпизоде ситкома отрицательную оценку получает совокупность поступков объекта комического (*despite all the lousy stuff you did to him*).

### **Актуализация концепта GREED при высмеивании социокультурных характеристик объекта комического**

В комических текстах жадность по большей части привязывается к определенной социальной группе людей. Таким образом, концепт GREED можно отнести к социально ориентированным комическим антиценностным концептам. Наиболее высмеиваемыми социокультурными характеристиками при актуализации концепта GREED являются характеристики социальной успешности (прежде всего богатство). Также основными высмеиваемыми социокультурными характеристиками объекта комического при помощи актуализации концепта GREED становятся профессиональные, этнические и гендерные характеристики. К основным антиценностями, которые приписываются богатым людям, относятся жадность и глупость. Крайняя степень проявления жадности богатых людей выражается через приоритет денег над такой ценностью, как жизнь.

(6) If Bill Gates woke up tomorrow with Oprah's money *he'd jump out a fucking window. He'd slit his throat on the way down* (Rock, Never Scared, 2004).

Анализируемое высказывание помимо смеха сопровождается аплодисментами, которые вызваны потенциальной смертью объекта комического из-за его жадности. Комический эффект основан на гиперболизации жадности объекта комического и усиливается за счет использования обсценной лексики (*fucking*). В рассматриваемом стендап концерте отрицательно оценивается крайняя степень богатства (*rich motherfuckers, rich bastards*).

В современном комическом дискурсе самыми высмеиваемыми профессиями являются политики и финансисты. Если в стендап комедиях 80-х—90-х годов адвокаты наряду с политиками высмеивались за жадность значительно чаще, чем представители других профессий, то, начиная с 00-х годов финансисты постепенно начали занимать место адвокатов. В целом жадность политиков является одной из главных высмеиваемых характеристик политической системы, при этом зачастую жадность актуализируется через коррумпированность, т.е. ради достижения блага политические деятели, пользуясь своим статусом, совершают определенные порицаемые поступки:

(7) 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, *Weapons of Self Destruction*, 2009).

Анализируемое высказывание помимо смеха сопровождается аплодисментами, которые вызваны проявлением ума адресантом комического через нахождение неожиданного сравнения. Комический эффект основан на нахождении неожиданного сравнения, а именно: перенос традиции, распространенной в спортивных гонках (NASCAR), в политику.

Жадность финансистов обычно актуализируется через прямое или косвенное воровство денег у клиентов:

(8) It wasn't till last year I found out you could go into your bank and say, "Can I withdraw my cash?" And they could go, "*No.*" "What?" (Weaselly voice) "No, we ain't got it." "I've got £50,000 saved." (Laughs) "*You ain't.* You ain't." "Where is it?" "*Lost it*" (Gervais, *Out Of England 2*, 2010).

Анализируемый текстовый фрагмент сопровождается исключительно смехом. Комический эффект основан на проявлении цинизма, который актуализируется через отсутствие извинений и объяснений относительно потери денег клиента банка. Так, сотрудник банка использует максимально короткие реплики (No; You ain't; Lost it). В рамках гендерного дискурса жадность приписывается преимущественно женщинам, которые имитируют любовь к определенным мужчинам для достижения соответствующих благ:

(9) Raj: My parents are making me choose between money and you. I choose you. (She signs) No, I think we'll have to return the car. (Again) 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).

Анализируемые фрагменты помимо смеха сопровождаются неодобрительными возгласами. Комический эффект основан на антитезе любовь (герой влюблен в героиню) и расчет (героиня находится в отношениях с героем только из-за наличия у него благ, как только блага заканчиваются, героиня расстается с героем).

Как было отмечено выше, жадность считается национальным заболеванием американского общества, поэтому носителями жадности в большинстве контекстов американского юмора становятся сами американцы. В подобных случаях желание быть богатым может реализовываться через превращение денег в религию, т.е. деньги становятся доминирующей ценностью:

(10) But let me tell you right now, *the number one reason people hate America*, the number one reason, is because of our religion. Americans worship money. And we all go to the same church — *the church of ATM* (Rock, Never Scared, 2004).

Анализируемый текстовый фрагмент сопровождается исключительно смехом. Комический эффект основан на проявлении ума адресантом комического через создание новой метафоры (*the church of ATM*). Подобное проявление жадности получает отрицательную оценку (*the number one reason people hate America*).

### Заключение

Жадность относится к одному из основных пороков современного общества. При этом в американской лингвокультуре, в отличие от британской лингвокультуры, данная антиценность считается «национальным заболеванием», что подтверждает и анализ практического материала, согласно которому жадность становится предметом комического чаще (примерно 7 % случаев), чем в британском юморе (примерно 3 % случаев) и зачастую приписывается непосредственно американцам. К основным комически значимым характеристикам жадности в современной англоязычной лингвокультуре относятся стремление обладать благами (готовность совершить порицаемые поступки ради достижения благ и их кража) и стремление сохранить блага (нежелание их отдавать и приоритет материальных благ перед другими ценностями).

Актуализация концепта GREED, помимо смеха, может сопровождаться как неодобрительными возгласами, так и аплодисментами, при этом неодобрительные возгласы возникают чаще. В то время как неодобрительные возгласы относятся к проявлению жадности, аплодисменты обычно возникают при проявлении ума адресантом комического через создание новых метафор, сравнений и т.д. Более того, проявление жадности объектом комического обычно получает отрицательную оценку в высказываниях автора или героев произведения. Таким образом, жадность относится к антиценностям

концептам комического дискурса. При актуализации концепта GREED в комическом дискурсе основными предметами осмеяния становятся характеристики социальной успешности (богатые люди), профессиональные характеристики (политики, финансисты и т.д.), этнические характеристики (американцы) и гендерные характеристики (женщины, стремящиеся заполучить богатство мужчин).

К основным языковым средствам выражения жадности в комическом дискурсе относятся антитеза и гипербола. Также следует отметить, что рассматриваемый концепт может сопровождаться актуализацией адресантом комического таких концептов, как INTELLIGENCE ‘ум’, CYNICISM ‘цинизм’ и ANGER ‘гнев’.

### Библиографический список

1. *Карасик В.И.* Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы. М.: Гнозис, 2019.
2. *Бутакова Л.О.* Слова с ценностной семантикой в языковом сознании представителей поколения Y // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2022. Т. 13. № 4. С. 937–955. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-4-937-955>
3. *Семенов Н.Н.* Аксиология паремий в фокусе проблемы когнитивно-дискурсивного моделирования семантики русских пословиц // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2020. Т. 11. № 2. С. 213–232. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2020-11-2-213-232>
4. *Серебренникова Е.Ф.* Ключевые понятия аксиологического анализа // Лингвистика и аксиология: этносемиотика ценностных смыслов. М.: ТЕЗАУРУС, 2011. С. 27–40.
5. *Davis D.* Communication and humor // *The Primer of Humor Research*. New York: De Gruyter Mouton, 2008. P. 543–568.
6. *Mudrovskaya A.M., Temirgazina Z.K., Aselderova R.O.* Ugliness as a Prototype Category: Cognitive-and-Semantic Analysis // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2024. Т. 15. № 1. С. 78–91. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2024-15-1-78-91>
7. *Raskin V.* Semantic Mechanisms of Humor. Boston: D. Reidel Publ., 1985.
8. *Бочкарев А.И.* Лингвокогнитивные характеристики антиценностного концепта «negative escapism» в комическом дискурсе // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Филологические науки. 2022. Т. 8(74). № 2. С. 98–109.
9. *Демина О.В.* Лингвистические и стилистические средства создания сатиры в современных анимационных сериалах // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 4. С. 1124–1146. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2021-12-4-1124-1146>
10. *Tickle P.A.* Greed: The Seven Deadly Sins. New York: Oxford University Press, 2004.
11. *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. <https://doi.org/10.26907/2541-7738.2021.4-5.109-118>
12. *Клевцова В.М.* Репрезентация концепта «greed» в современном английском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Белгород, 2009.
13. *Бахтин М.М.* Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. М.: Художественная литература, 1990.
14. *Goldberg M.H.* The Complete Book of Greed: The Strange and Amazing History of Human Excess. New York: William Morrow & Co, 1994.

15. Freedman D.N. *The Nine Commandments*. New York: Doubleday, 2000.
16. Карасик В.И. *Языковой круг: личность, концепты, дискурс: монография*. Волгоград: Перемена, 2002.
17. Benton G. *The Origins of Political Joke // Humor in Society. Resistance and Control*. London: Palgrave Macmillan, 1988. P. 33–55.
18. Meder T. *Tales of tricks and greed and big surprises: Laymen's views of the law in Dutch oral narrative // Humor*. 2008. Vol. 21. № 4. P. 435–454.
19. Davies Ch. *American jokes about lawyers // Humor*. 2008. Vol. 21. № 4. P. 369–386.
20. Абдразакова Е.Н. *Сопоставительный когнитивный и лингвокультурологический анализ русских, болгарских и английских анекдотов: автореф. дисс. ... канд. филол. наук*. Тюмень, 2007.

## References

1. Karasik, V.I. (2019). *Language Spiral: Values, Signs, Motives*. Moscow: Gnosis. (In Russ.).
2. Butakova, L.O. (2022). Words with Value Semantics in the Language Consciousness of Generation «Y» Representatives. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 13(4), 937–955. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-4-937-955> (In Russ.).
3. Semenenko, N.N. (2020). Axiology Proverbs in the Focus of the Problem of Cognitive-Discursive Modeling of the Semantics of Russian Proverbs. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 11(2), 213–232. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2020-11-2-213-232> (In Russ.).
4. Serebrennikova, E.F. (2011). Key Concepts of Axiological Analysis. In: *Lingvistika i aksiologiya: etnosemiometriya tsennostnyh smyslov*, E.F. Serebrennikova (Ed.). Moscow: TEZAVRUS. pp. 27–40. (In Russ.).
5. Davis, D. (2008). Communication and humor. In: *The Primer of Humor Research*, V. Raskin (Ed.). New York: De Gruyter Mouton. pp. 543–568.
6. Mudrovskaya, A.M., Temirgazina, Z.K. & Aselderova, R.O. (2024). Ugliness as a Prototype Category: Cognitive-and-Semantic Analysis. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 15(1), 78–91. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2024-15-1-78-91>
7. Raskin, V. (1985). *Semantic Mechanisms of Humor*. Boston: D. Reidel Publ.
8. Bochkarev, A.I. (2022). Linguistic and Cognitive Characteristics of the Anti-value Concept “Negative Escapism” in Humorous Discourse. *Uchenye zapiski Krymskogo gosudarstvennogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo. Filologicheskie nauki*, 8(74), 2, 98–109. (In Russ.).
9. Demina, O.V. (2021). Linguistic and Stylistic Means of Satire Construction in the Animated Series. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(4), 1124–1146. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2021-12-4-1124-1146> (In Russ.).
10. Tickle, P.A. (2004). *Greed: The Seven Deadly Sins*. New York: Oxford University Press.
11. Bochkarev, A.I. (2021). The main humorous characteristics of the anti-value concept of gluttony (based on English-language stand-up and situation comedies). *Uchenye Zapiski Kazanskogo Universiteta. Seriya Gumanitarnye Nauki*, 163 (4–5), 109–118. <https://doi.org/10.26907/2541-7738.2021.4-5.109-118> (In Russ.).
12. Klevtsova, V.M. (2009). *Representation of the Concept of Greed in Modern English* [dissertation]. Belgorod: BSU. (In Russ.).
13. Bakhtin, M.M. (1990). *Creativity of Francois Rabelais and folk culture of the Middle Ages and the Renaissance*. Moscow: Hudozhestvennaja literatura. (In Russ.).
14. Goldberg, M.H. (1994). *The Complete Book of Greed: The Strange and Amazing History of Human Excess*. New York: William Morrow & Co.
15. Freedman, D.N. (2000). *The Nine Commandments*. New York: Doubleday.
16. Karasik, V.I. (2002). *Language Circle: Personality, Concepts, Discourse*. Volgograd: Peremena. (In Russ.).

17. Benton, G. (1988). The Origins of Political Joke. In: *Humor in Society. Resistance and control*, C. Powell, G. Paton (Eds.). London: Palgrave Macmillan. pp. 33–55.
18. Meder, T. (2008). Tales of tricks and greed and big surprises: Laymen's views of the law in Dutch oral narrative. *Humor*, 21(4), 435–454.
19. Davies, Ch. (2008). American jokes about lawyers. *Humor*, 21(4), 369–386.
20. Abdrazakova, E.N. (2007). *Comparative-cognitive and Linguoculturological Analysis of Russian, Bulgarian and English Anecdotes* [dissertation]. Tyumen: UTMN. (In Russ.).

#### **Сведения об авторе:**

*Бочкарев Арсентий Игоревич*, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой иностранных языков технических факультетов, Новосибирский государственный технический университет (630073, Российская Федерация, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 20); *сфера научных интересов*: аксиологическая лингвистика, когнитивная лингвистика, анализ дискурса, прагмалингвистика; *e-mail*: arsentiy\_87@mail.ru  
ORCID: 0000-0003-3869-2797; SPIN-код: 2794-8198; AuthorID: 716662.

#### **Information about the author:**

*Arsentiy I. Bochkarev*, PhD in Philology, Associate Professor, Chair at the Department of Foreign Languages of the Technical Faculties, Novosibirsk State Technical University (20, K. Marx Ave., Novosibirsk, Russian Federation, 630073); *Research interests*: embrace axiological linguistics, cognitive linguistics, discourse analysis, pragmatics; *e-mail*: arsentiy\_87@mail.ru  
ORCID: 0000-0003-3869-2797; SPIN-code: 2794-8198; AuthorID: 716662.