

УДК 81'811.111:22

## ОБ ИЗМЕНЕНИИ АКСИОЛОГИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК СТЕРЕОТИПНОГО ОБРАЗА ДОНАЛЬДА ТРАМПА В КОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

*Бочкарев А. И.*

*Новосибирский государственный технический университет,  
Новосибирск, Российская Федерация  
e-mail: arsentiy\_87@mail.ru*

Статья посвящена рассмотрению основных антиценностей, приписываемых стереотипному образу Дональда Трампа как в качестве лингвокультурного типажа “celebrity businessman”, так и в качестве лингвокультурного типажа “republican president”. Впервые рассматривается вопрос смены лингвокультурных типажей в рамках одного стереотипного образа. Материалом для исследования послужили скрипты и записи скетчкома “Saturday Night Live” и прожарки Дональда Трампа. В представленной статье используется лингвоаксиологический подход, направленный прежде всего на выявление аксиологических смыслов, закрепленных за соответствующим стереотипным образом. К основным антиценностям, характерным для лингвокультурного типажа “celebrity businessman”, относятся тщеславие, непривлекательность, похоть и бесполезность. В свою очередь, к основным антиценностям лингвокультурного типажа “republican president” относятся тщеславие, глупость и неискренность, при этом последние две являются антиценностями, которые не приписывались Дональду Трампу в его бытность “celebrity businessman”. Тщеславие является антиценностью Дональда Трампа вне зависимости от его социального статуса. Таким образом, стереотипный образ конкретной личности представляет собой совокупность как личностных характеристик конкретного человека, так и общих характеристик доминирующего лингвокультурного типажа, который реализует данная личность в определенный момент времени.

**Ключевые слова:** стереотипы, антиценности, комический дискурс, гиперболизация, социальные характеристики.

### ВВЕДЕНИЕ

В современной лингвистике пристальное внимание уделяется исследованию различных особенностей стереотипизации действительности. Одним из основных признаков стереотипа является оценочность, т. е. те или иные явления оцениваются, в том числе и через призму, сложившихся стереотипов, при этом зачастую человек формирует свое отношение к определенному явлению еще до встречи с ним [14]. Кроме того, обычно стереотипы не только не изменяются под влиянием опыта, но сами могут структурировать и определять опыт [12, с. 59]. К типичным признакам высказываний-стереотипов относятся обобщение и гиперболизация [6, с. 453].

В комическом дискурсе высмеиваемые стереотипные характеристики могут приписываться как определенной социальной группе, так и отдельным личностям [10, с. 224]. Определяющей чертой комических стереотипов является гиперболизация. В наибольшей степени исследованы комические этностереотипы, при этом одной этнической группе обычно приписываются определенные гиперболизированные антиценности, например, в американской лингвокультуре с поляками ассоциируется глупость, в британской лингвокультуре с ирландцами – пьянство [7; 10]. Отдельные личности также обладают характерными пороками, при этом данные пороки могут быть как присуще соответствующим личностям в других типах дискурса, так и быть характерными для них только в рамках комического

дискурса [9]. Отмечается, что использование стереотипов в шутках распространено по той причине, что они известны большей части общества, и, как следствие, не вызывают трудностей в их правильной интерпретации [20, с. 196].

В результате закрепления определенных стереотипных черт за теми или иными языковыми личностями формируются соответствующие лингвокультурные типажи, под которыми понимаются «языковые личности, оказавшие существенное влияние на развитие лингвокультуры в целом» [4, с. 17]. При этом основу лингвокультурного типажа составляет стереотипная роль как общая схема поведения [5].

В свою очередь, в комическом дискурсе к наиболее распространенным высмеиваемым антиценностям, которые закрепляются за определенными социальными группами и отдельными индивидами, относятся глупость [2; 15], похоть [11; 13] и непривлекательность [1].

Также следует отметить, что в последнее время в рамках аксиологической лингвистики появляются работы, посвященные исследованию закрепления аксиологических смыслов за различными артефактами и пространственно-временными континуумами [3; 8].

В представленной работе применяется лингвоаксиологический подход, который заключается в выявлении основных аксиологических смыслов, закрепленных за соответствующими явлениями, и особенностей их реализации. В данной статье анализируются особенности актуализации лингвокультурных типажей, соотносящихся со стереотипным образом Дональда Трампа.

Практическим материалом для нашего исследования послужили англоязычные анекдоты, а также скрипты и записи: прожарки Дональда Трампа; выпуски скетчкома ‘Saturday Night Live’, в которых высмеивался Дональд Трамп в качестве президента США.

#### **ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА ИССЛЕДОВАНИЯ**

Исследование стереотипного образа Дональда Трампа в рамках комического дискурса представляется интересным вследствие того, что сначала данный деятель воспринимался в качестве “celebrity businessman” затем он сменил свой основной социальный статус на “republican president”.

Таким образом, в рамках этой статьи будут проанализированы качественные и количественные изменения аксиологических характеристик одного и того же человека, последовательно реализующего два разных лингвокультурных типажа.

В качестве лингвокультурного типажа “celebrity businessman” Дональд Трамп высмеивался за тщеславие, непривлекательность, похоть и бесполезность.

Наиболее высмеиваемой антиценностью, приписываемой Дональду Трампу, является тщеславие:

*This guy has an ego. When Trump bangs a supermodel, he closes his eyes and imagines he's jerking off* (Roast of Donald Trump 2011).

Основным атрибутом непривлекательности Дональда Трампа является его прическа:

*Donald Trump, you are known for your terrible haircut, and now I can see why. Your hair sucks. You look like Justin Bieber caught on fire?* (Roast of Donald Trump 2011).

Похоть Дональда Трампа заключается в желании большого количества партнеров, к внешности которых предъявляются высокие стандарты:

*You've always gotten beautiful women. You've ruined more models' lives than bulimia* (Roast of Donald Trump 2011).

В рамках бесполезности Дональда Трампа осмеянию подвергаются прежде всего построенные им здания:

*Donald Trump, without a doubt, you're a New York landmark, which means it's only a matter of time until you bulldoze yourself to build some gaudy, tacky monstrosity and put your name on it* (Roast of Donald Trump 2011).

При обретении социального статуса “republican president” основными высмеиваемыми характеристиками Дональда Трампа стали глупость и тщеславие, при этом в большинстве случаев они неразрывно связаны друг с другом.

Тщеславие продолжает оставаться основной высмеиваемой антиценностью Дональда Трампа:

*Fake Trump: Pence has started to believe I've president almost 100 days and I've already done so much. It's hard to keep track of it all. Read to me again from the list of my accomplishments. Fake Pence: Of course, sir. Nominated Neil Gorsuch. Fake Trump: God, I love that list. What a beautiful, long list* (Saturday Night Live. Donald Trump Cold Open).

Глупость Дональда Трампа преимущественно актуализируется через незнание действительности, а именно: непонимание происходящего вокруг него (слов и/или событий):

*Fake Merkel: Are your people still protesting? Fake Trump: Yes, everyone is marching in the street, they're so upset how bad "The Apprentice" has gotten* (Saturday Night Live. Oval Office Cold Open).

В этом плане интересным представляется тот факт, что последние республиканские президенты (Джордж Буш-младший, Дональд Трамп) неизменно ассоциируются с глупостью в отличие от демократических президентов (Билл Клинтон, Барак Обама). Следует отметить, что Джо Байдену начали приписывать глупость еще в бытность сенатора (например, стендап концерт Робина Уильямса “Weapons of Self-Destruction”).

Относительно актуализации стереотипного образа Дональда Трампа в англоязычных анекдотах можно отметить, что в данном комическом жанре реализуется прежде всего лингвокультурный типаж ‘republican president’, т. е. до того времени как Дональд Трамп стал президентом США, он не был героем анекдотов. Следует также отметить, что в анекдотах Дональду Трампу помимо тщеславия и глупости также довольно часто приписывается неискренность. При этом можно выделить два типа актуализации Дональда Трампа в анекдотах: 1) подстановка его имени в существующие типизируемые анекдоты (т. е. имя Дональда Трампа подставляется вместо другого персонажа); 2) создание анекдота вокруг образа Дональда Трампа.

В первом случае Дональд Трамп замещает другого персонажа, если он ассоциируется с глупостью, при этом проявление глупости может приводить к летальному исходу:

*Donald Trump, Bill Gates, the Pope and a schoolboy are on a crashing airplane. There are only 3 parachutes. Well,"says Bill Gates, I am the most important businessman in the world and I need to continue running my company."He takes the first parachute and jumps out. Well,"says Trump, I am America's smartest president, and my people need me."He takes the second parachute and jumps out. The Pope takes the third parachute and hands it to the child. Take this,"the Pope says, I am old and I will pass on soon anyways. This world needs you more than it needs me."That's okay, Your Holiness, we can BOTH have a parachute," says the schoolboy. But how is that possible,"asks the Pope, flabbergasted. Because,"says the schoolboy, America's smartest president took my bookbag"(Upjoke.com).*

Второй случай протекает преимущественно по двум сценариям: 1) подстановка линии поведения или ситуации характерной для Дональда Трампа в известный клишированный анекдот; 2) создание сюжета, связанного с конкретным событием из жизни Дональда Трампа.

Так, одним из типичных зачинов в американских анекдотах является схема “How many X does it take to change a lightbulb?” В подобных случаях, Дональду Трампу может приписываться, например, склонность ко лжи:

*How many Trump supporters does it take to change a lightbulb? None. Trump says it's changed and his supporters all cheer in the dark (Upjoke.com).*

В оригинальных анекдотах довольно часто поднимается тема о несправедливости выигрыша Дональдом Трампом выборов на пост президента США:

*Donald J. Trump has been impeached. Finally, something he's earned (Upjoke.com).*

Также следует отметить, что, несмотря на прекращения пребывания на посту президента США, осмеяние Дональда Трампа на текущий момент осуществляется по схеме “republican president”. На наш взгляд, это обусловлено тем, что: с одной стороны, Дональд Трамп воспринимается в качестве одного из главных претендентов на этот пост от республиканцев; с другой стороны, социальный статус президента значительно выше, чем социальный статус знаменитого бизнесмена.

## **ВЫВОДЫ**

Таким образом, наше исследование показало, что при смене Дональдом Трампом социального статуса с “celebrity businessman” на “republican president” произошли как качественные, так и количественные изменения. Во-первых, количество высмеиваемых характеристик уменьшилось с четырех до трех. Во-вторых, основной характеристикой Дональда Трампа при приобретении им статуса “republican president” стала глупость, которая не приписывалась ему в его бытность “celebrity businessman”. Также в анекдотах Дональду Трампу приписывается неискренность, которая реализуется как через ложь, так и через лицемерие. При этом следует отметить, что тщеславие является антиценностью, которая приписывается Дональду Трампу вне зависимости от его социального статуса.

Соответственно, можно прийти к выводу, что стереотип конкретной личности представляет собой совокупность как личных характеристик конкретного человека, так и общих характеристик доминирующего лингвокультурного типажа, который реализует данная личность в определенный момент времени.

Список литературы

1. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. – М.: Художественная литература, 1990. – 543 с.
2. 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.
3. Гордеева М. Н. Аксиологические характеристики концепта «смерть» в стендап концерте Джимми Карра «His Dark Material» // Актуальные вопросы лингвистики и лингводидактики в контексте межкультурной коммуникации: сб. материалов 3 Всерос. науч.-практ. онлайн-конф., Орел, 30 марта 2023 г. – Орел: ОГУ им. И. С. Тургенева, 2023. – С. 76–80.
4. Дмитриева О. А. Лингвокультурные типажи России и Франции XIX в. – Волгоград: Перемена, 2007. – 307 с.
5. Карасик В. И., Дмитриева О. А. Лингвокультурный типаж: к определению понятия // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажи. – Волгоград: Парадигма, 2005. – С. 5–25.
6. Крысин Л. П. Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности: коллективная монография. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. – С. 450–455.
7. Кулинич М. А. Лингвокультурология юмора (на материале английского языка). – Самара: Изд-во СамГПУ, 1999. – 180 с.
8. Макарова Н. Е. Языковые особенности реализации ценностной концептосферы комического в юмористической передаче «Roast of Justin Bieber» // Интерэкспо ГЕО-Сибирь 2022: сб. материалов 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. 111–115.
9. Шмелева Е. Я., Шмелев А. Д. Русский анекдот: Текст и речевой жанр. – М.: Языки славянской культуры, 2002. – 144 с.
10. Attardo S. Linguistic theories of humor. – New York: Mouton de Gruyter, 1994. – 238 p.
11. Bochkarev A. I. 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.
12. Dabrowska J. Stereotype und ihr sprachlicher Ausdruck im Polenbild der deutschen Presse: eine textlinguistische Untersuchung. – Tübingen: Narr, 1999. – 346 s.
13. Greengross G. Sex and gender differences in humor: Introduction and overview // Humor: International Journal of Humor Research. – 2020. – Vol. 33 (2). – P. 175–178.
14. Lippmann W. Public opinion. – New York: Harcourt, 1992. – 327 p.
15. Raskin V. Semantic Mechanisms of Humor. – Boston: D. Reidel Publishing Company, 1985. – 284 p.
16. Roast of Donald Trump. – Режим доступа: [https://subslikescript.com/movie/Comedy\\_Central\\_Roast\\_of\\_Donald\\_Trump-1865333ю](https://subslikescript.com/movie/Comedy_Central_Roast_of_Donald_Trump-1865333ю) – (Дата обращения: 20.02.2024).
17. Saturday Night Live. Donald Trump Cold Open. –Режим доступа: <https://snltranscripts.jt.org/15/donald-and-melania-trump-cold-open-2.phtml>. – (Дата обращения: 20.02.2024).

18. Saturday Night Live. Oval Office Cold Open. – Режим доступа: <https://snltranscripts.jt.org/17/oval-office-cold-open.phtml>. – (Дата обращения: 20.02.2024).
19. Upjoke.com. – Режим доступа: <https://upjoke.com/>. – (Дата обращения: 20.02.2024).
20. Yus F. Relevance-Theoretic Treatments of Humor // The Routledge handbook of language and humor. – New York: Routledge, 2017. – P. 189–203.

### References

1. Bahtin M. M. *Tvorchestvo Fransua Rable i narodnaja kul'tura srednevekov'ja i Renessansa* [The work of Francois Rabelais and the folk culture of the Middle Ages and the Renaissance]. Moscow, Hudozhestvennaja literatura Publ., 1990. 543 p.
2. Bochkarev A. I. *Komicheskie karakteristiki cennostnogo koncepta «glupost'» v anglosaksonskoj lingvokul'ture na materiale standap-komedij* [Humorous characteristics of the axiological concept “stupidity” in Anglo-Saxon linguaculture based on stand-up comedies]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologija*, 2022, no. 80, pp. 30–44.
3. Gordeeva M. N. *Aksiologicheskie karakteristiki koncepta «smert'» v standap koncerte Dzhimmi Karra «His Dark Material»* [Axiological characteristics of the concept of death in “His Dark Material” by Jimmy Carr]. *Aktual'nye voprosy lingvistiki i lingvodidaktiki v kontekste mezhkul'turnoj kommunikacii: sb. materialov 3 Vseros. nauch.-prakt. onlajn-konf., Orel, 30 marta 2023 g.* Orel, OGU im. I. S. Turgeneva, 2023, pp. 76–80.
4. Dmitrieva O. A. *Lingvokul'turnye tipazhi Rossii i Francii XIX v.* [Linguocultural types of Russia and France in the 19th century]. Volgograd, Peremena Publ., 2007. 307 p.
5. Karasik V. I., Dmitrieva O. A. *Lingvokul'turnyj tipazh: k opredeleniyu ponyatiya* [Linguocultural type: to the definition of the concept]. *Aksiologicheskaya lingvistika: lingvokul'turnye tipazhi.* Volgograd, Paradigma Publ., 2005. pp. 5–25.
6. Krysin L. P. *Jetnostereotipy v sovremennom jazykovom soznanii: k postanovke problemy* [Ethnostereotypes in modern linguistic consciousness: towards the formulation of the problem]. *Filosofskie i lingvokul'turologicheskie problemy tolerantnosti.* Moscow, OLMA-PRESS Publ., 2005, pp. 450–455.
7. Kulnich M. A. *Lingvokul'turologija jumora (na materiale anglijskogo jazyka)* [Linguoculturology of English humor]. Samara, SamGPU Publ., 1999. 180 p.
8. Makarova N. E. *Jazykovye osobennosti realizacii cennostnoj konceptosfery komicheskogo v jumoristicheskij peredache «Roast of Justin Bieber»* [Linguistic features of the implementation of the value conceptual framework of humor in “Roast of Justin Bieber”]. *Interjekspo GEO-Sibir' 2022: sb. materialov 18 mezhdunar. nauch. kongr., Novosibirsk, 18–20 maja 2022 g.: v 8 t. T. 5: Jelektronnoe geoprostranstvo: filosofsko-gumanitarnoe i social'no-pravovoe izmerenie.* Novosibirsk, SGUGiT Publ., 2022, pp. 111–115.
9. Shmeleva E. Ja., Shmelev A. D. *Russkij anekdot: Tekst i rechevoj zhanr* [Russian anecdote: Text and genre]. Moscow, Jazyki slavjanskoj kul'tury Publ., 2002. 144 p.
10. Attardo S. *Linguistic theories of humor.* New York, Mouton de Gruyter, 1994. 238 p.
11. Bochkarev A. I. *The Role of the Anti-Value Concept 'Lust' in Modern English-Language Humor.* *LUNN Bulletin*, 2023, no. 1 (61), pp. 9–23.
12. Dabrowska J. *Stereotype und ihr sprachlicher Ausdruck im Polenbild der deutschen Presse: eine textlinguistische Untersuchung.* Tübingen, Narr, 1999. 346 p.
13. Greengross G. *Sex and gender differences in humor: Introduction and overview.* *Humor: International Journal of Humor Research*, 2020, no. 33(2), pp. 175–178.
14. Lippmann W. *Public opinion.* New York, Harcourt, 1992. 327 p.
15. Raskin V. *Semantic Mechanisms of Humor.* Boston, D. Reidel Publishing Company, 1985. 284 p.

16. *Roast of Donald Trump*. Available from: [https://sublikescript.com/movie/Comedy\\_Central\\_Roast\\_of\\_Donald\\_Trump-1865333](https://sublikescript.com/movie/Comedy_Central_Roast_of_Donald_Trump-1865333) (accessed: 20 February 2024).
17. *Saturday Night Live. Donald Trump Cold Open*. Available from: <https://snltranscripts.jt.org/15/donald-and-melania-trump-cold-open-2.phtml> (accessed: 20 February 2024).
18. *Saturday Night Live. Oval Office Cold Open*. Available from: <https://snltranscripts.jt.org/17/oval-office-cold-open.phtml> (accessed: 20 February 2024).
19. Upjoke.com. – Available from: <https://upjoke.com/> (accessed: 20 February 2024).
20. Yus F. *Relevance-Theoretic Treatments of Humor. The Routledge handbook of language and humor*. New York, Routledge, 2017, pp. 189–203.

## ABOUT CHANGES IN AXIOLOGICAL CHARACTERISTICS OF THE STEREOTYPICAL IMAGE OF DONALD TRUMP IN HUMOROUS DISCOURSE

*Bochkarev A. I.*

This article examines the main anti-values attributed to the stereotypical image of Donald Trump both as a linguocultural type of celebrity businessman and as a linguocultural type of republican president. This paper considers the issue of changing linguistic and cultural types of one stereotypical image for the first time. The data comprise the scripts and recordings of Saturday Night Live and the roast of Donald Trump. The author uses a linguaxiological approach which aims at identifying the axiological components assigned to the corresponding stereotypical image. The main anti-values attributed to the a linguocultural type of celebrity businessman are vanity, unattractiveness, lust and uselessness while a linguocultural type of republican president is strongly associated with vanity, stupidity and insincerity where the last two anti-values are the main anti-values which are not connected with celebrity status of Donald Trump. In turn, vanity is an anti-value of Donald Trump, regardless of his social status. Thus, a stereotype of a particular person is a combination of both the personal characteristics of a particular person and the general characteristics of the dominant linguistic and cultural type that a person realizes at a certain point in time.

**Key words:** stereotypes, anti-values, humorous discourse, hyperbolisation, social characteristics.