

На правах рукописи

张晓菲

ЧЖАН СЯОФЭЙ

**РУССКАЯ ЭКСПРЕССИВНАЯ ЛЕКСИКА
КОММУНИКАТИВНОЙ СФЕРЫ УПОТРЕБЛЕНИЯ АЛКОГОЛЯ:
СЕМАНТИЧЕСКИЙ И СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ**

5.9.5. Русский язык. Языки народов России

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Пермь – 2025

Работа выполнена на кафедре русского языка и стилистики ФГАОУ ВО
«Пермский государственный национальный исследовательский университет»

- Научный руководитель: **Баженова Елена Александровна**, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка и стилистики ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»
- Официальные оппоненты: **Дементьев Вадим Викторович**, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры теории, истории языка и прикладной лингвистики Института филологии и журналистики ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»
- Гладких Юлия Германовна**, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой общего языкознания, русского и коми-пермяцкого языков и методики преподавания языков ФГБОУ ВО «Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет»
- Ведущая организация: ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»

Защита состоится «15» января 2026 года в 13.00 часов на заседании диссертационного совета 24.2.358.02, созданного на базе Пермского государственного национального исследовательского университета, по адресу: 614068, г. Пермь, ул. Букирева, 15, зал заседаний Ученого совета.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет» по адресу: 614068, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15.

Электронная версия текста диссертации доступна на сайте ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»: <http://www.psu.ru>. Электронная версия автореферата размещена на официальном сайте ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ: <https://vak.gisnauka.ru/> и на сайте ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет»: <http://www.psu.ru>.

Автореферат разослан «_____» _____ 2025 года.

Ученый секретарь диссертационного совета
доктор филологических наук



М.А. Ширинкина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Диссертационная работа посвящена изучению экспрессивных лексических единиц, связанных с употреблением алкоголя, с учетом их семантических особенностей, эвфемистической функции и социолингвистических характеристик.

Проблема взаимодействия человека, языка и культуры находится в центре внимания современной лингвистики. Отображение национально-культурной специфики русского народа в языковой картине мира позволяет рассматривать в лингвокультурологическом аспекте как позитивные, так и негативные проявления русского менталитета. Так, пристрастие к алкоголю, являющееся не только особой областью бытия и культуры, но и острым социальным вопросом, традиционно интерпретируется как один из устойчивых признаков самоидентификации россиян. Острота этой проблемы дает основание исследовать ее с разных сторон, в том числе в аспекте вербального выражения стереотипных представлений об алкоголе, сформировавшихся в коллективном русскоязычном сознании.

В связи с вышесказанным **актуальность** данного исследования обусловлена несколькими факторами. Во-первых, феномен винопития получает отражение в русской языковой картине мира. Во-вторых, экспрессивная лексика данной тематики демонстрирует богатство и разнообразие способов выражения эмоционального отношения к различным аспектам алкогольного поведения. Наконец, особую значимость приобретает исследование этой проблематики в контексте современных социолингвистических процессов: наблюдается активное развитие экспрессивных средств языка, требующих изучения с позиций как семантического, так и социолингвистического подходов. В настоящей диссертации предпринимается попытка систематизации и описания особенностей функционирования экспрессивных единиц номинативного поля «Употребление алкоголя» в аспекте их эмоционально-оценочных характеристик и социальной маркированности. Исследование является актуальным и в связи с необходимостью изучения языкового выражения представлений об употреблении алкоголя, что позволяет выявить особенности коллективного и индивидуального восприятия данного социального явления.

Объектом диссертационного исследования является экспрессивная лексика коммуникативной сферы употребления алкоголя как фрагмент русской языковой картины мира, отражающий отношение россиян к винопитию.

Предметом – семантико-стилистические и социолингвистические характеристики экспрессивных лексических единиц алкогольной тематики, включая семантическую структуру, коннотативные значения и особенности функционирования в зависимости от экстралингвистических факторов.

Цель исследования заключается в комплексном семантико-стилистическом и социолингвистическом анализе экспрессивной лексики, связанной с винопитием, для выявления особенностей ее функционирования в современном русском языке и уточнения стереотипных представлений россиян об употреблении алкоголя.

Указанная цель предполагает решение следующих **задач**:

1) с опорой на идеи предшественников раскрыть лингвистическое содержание понятия экспрессивности и описать особенности семантической структуры экспрессивных лексем;

2) сформировать выборку экспрессивных лексических единиц, относящихся к номинативному полю «Употребление алкоголя», осуществить их тематическую классификацию и семантико-стилистический анализ;

3) на основе данных смежных наук рассмотреть специфику русской культуры питья (на фоне китайской) как экстралингвистического фактора, оказывающего влияние на коммуникативную сферу употребления алкоголя;

4) провести социолингвистический опрос с целью выявления представлений о винопитии, сформированных в коллективном языковом сознании современных носителей русской лингвокультуры;

5) на основе полученных данных уточнить специфику эвфемистической функции экспрессивов алкогольной тематики.

В соответствии с **гипотезой** исследования русская экспрессивная лексика коммуникативной сферы употребления алкоголя характеризуется высокой степенью оценочности, эмоциональной насыщенности и метафоричности; функционирование этой лексики определяется социально-демографическими параметрами носителей языка и ситуативными факторами коммуникации.

Материалом исследования являются 800 экспрессивных лексических единиц, связанных с винопитием. Выборка сформирована из следующих источников: профессиональных и любительских словарей; Национального корпуса русского языка; цифрового контента; ответов 200 респондентов. Словник экспрессивов представлен полными словами (существительными, прилагательными, глаголами и наречиями), фразеологическими

сочетаниями и разговорными выражениями, основная сфера употребления которых – нелитературная речь.

Степень разработанности проблемы. Лингвистическое изучение русского винопития проводится в разных направлениях. Лингвоисторический анализ наименований алкогольных напитков представлен в диссертации Л.А. Константиновой [Константинова 1998], историко-этимологический анализ отдельных слов и выражений – в работе К.В. Осиповой [Осипова 2018]. А.Г. Бойченко изучены функции идиом алкогольной тематики [Бойченко 2006], О.А. Дмитриевой установлено, что в русских глаголах, связанных с винопитием, закодированы этнокультурные коды и табу [Дмитриева 2016]. Т.С. Глушковой на материале паремий, анекдотов, тостов, текстов СМИ и рекламы описан концепт «водка – пьянство» как значимый фрагмент русской языковой картины мира [Глушкова 2015: 149]; концепты «водка», «вино», «пьянство» исследованы в работах [Кацюба 2014; Козько 2013; Ломакина 2007; Морель Морель 2012; Орлова 2011; Уразаев 2023; Чжан 2023]; в диссертации Н.Г. Голембовской с опорой на компаративную паремиологию охарактеризован бином «трезвость – пьянство» [Голембовская 2014]. Применительно к художественным текстам данная проблематика рассматривается в публикациях [Герасимова, Наумова 2023; Дмитриева 2018, 2021, 2022; Зыховская 2015; Комиссарова, Васильева 2024; Цуркан 2016]. Е.Ю. Долговой предпринят семантический анализ прямо-номинативных, косвенно-номинативных и номинативно-производных слов алкогольной тематики [Долгова 2009]. Однако богатая коллекция лексики, связанной с алкоголем, остается недостаточно исследованной. В частности, требуют специального изучения экспрессивные единицы, весьма востребованные в речевой практике носителей русского языка, а также репрезентированные этими единицами стереотипные представления о винопитии.

Новизна диссертационной работы определяется следующим:

- впервые предпринято комплексное исследование русской экспрессивной лексики коммуникативной сферы употребления алкоголя с учетом семантических и социолингвистических параметров, что позволяет выявить новые закономерности функционирования языковых единиц в данной сфере;
- разработана оригинальная классификация тематических групп экспрессивных лексических единиц, связанных с винопитием;

– уточнена семантическая структура экспрессивных наименований референтов винопития, что углубляет понимание механизмов развития лексической системы русского языка;

– проведен социолингвистический анализ употребительности экспрессивной лексики алкогольной тематики в речи современных носителей русского языка;

– в исследовательское поле введен новый материал, в том числе полученный экспериментальным путем.

Теоретическая значимость диссертации состоит в расширении представлений о природе экспрессивности как особой языковой категории, проявляющейся в сфере коммуникации, связанной с употреблением алкоголя. Разработка типологии экспрессивных средств выражения отношения к различным аспектам винопития вносит вклад в теорию лексической семантики. Выявление закономерностей функционирования экспрессивных единиц в различных социальных стратах способствует более глубокому пониманию русского языкового сознания.

Практическая значимость работы определяется возможностью использования полученных результатов в лексикографической практике, курсах современного русского языка, социолингвистики, лингвокультурологии, теории коммуникации, РКИ. Полученные данные могут быть полезны переводчикам, специалистам по межкультурной коммуникации, а также представителям смежных наук – социологам, психологам, культурологам.

Методологической основой исследования являются идеи, изложенные в работах по *лексикологии* и *семантике* (Ю.Д. Апресян, Н.Д. Арутюнова, В.В. Виноградов, Е.М. Вольф, Г.В. Колшанский, М.А. Кронгауз, Н.А. Лукьянова, Т.В. Матвеева, Е.П. Сеничкина, И.А. Стернин, В.Н. Телия, М.И. Черемисина, В.И. Шаховский, Д.Н. Шмелев и др.); *лингвокультурологии* (Н.Ф. Алефиренко, Е.М. Верещагин, С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, В.Г. Костомаров, В.В. Красных, В.А. Маслова, Г.Н. Складневская, Ю.С. Степанов, Е.И. Шейгал и др.); *стилистике* (Ш. Балли, Л.Г. Барлас, М.Н. Кожина, Т.В. Матвеева, Е.Ф. Петрищева и др.); *социолингвистике* (Т.И. Ерофеева, Л.П. Крысин и др.).

Выбор методов и методик исследования обусловлен целью работы и поставленными задачами. **Общенаучные методы** включают наблюдение, обобщение, классификацию, интерпретацию, сопоставление. Из специальных **лингвистических методов** использованы следующие виды анализа:

семантический, компонентный, морфемный, словообразовательный, стилистический, контекстный. Корпус эмпирического материала сформирован посредством *метода направленной выборки*. Для изучения эвфемистической функции экспрессивов, а также выявления представлений россиян о винопитии применена *методика социолингвистического опроса-анкетирования*, результаты которого обработаны с помощью *количественного и кросс-табуляционного анализа*.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Лексика коммуникативной сферы употребления алкоголя характеризуется ярко выраженной экспрессивностью, которая создается микроразличиями интенсивности, эмотивной оценочности и образности. Интенсивность репрезентирует превышение социально одобряемой нормы алкоголя; эмотивная оценка алкогольного поведения варьируется от резко отрицательной до шутливо-иронической; образность заключается в способности экспрессива вызывать в сознании наглядное представление референтов винопития. К формальным показателям экспрессивности относятся словообразовательные и фонетические средства, к неформальным показателям – разные типы семантических переносов.

2. Состав экспрессивной лексики алкогольной тематики постоянно пополняется, о чем свидетельствуют новые, в том числе окказиональные, номинации реалий алкогольного дискурса.

3. Исследуемые экспрессивы могут использоваться в качестве эвфемизмов, реализующих смягчение социально табуированной тематики. Данное положение отражает комплексный характер экспрессивной лексики, связанной с алкоголем, как языкового явления, сочетающего в себе экспрессивность и эвфемистическую функцию.

4. Социолингвистическая вариативность экспрессивов, которые используются в эвфемистической функции, проявляется в их стратификационной дифференциации по социально-демографическим параметрам: возрасту, полу, уровню образования и сфере деятельности носителей русского языка.

5. Аксиологические особенности феномена винопития, закрепленные в русской языковой картине мира, обусловлены этнокультурными традициями и социокультурным контекстом, под влиянием которых сформировалась богатая палитра экспрессивных средств, выражающих представления об алкоголе в русскоязычном социуме.

Апробация результатов исследования. Диссертация была обсуждена и одобрена на кафедре русского языка и стилистики Пермского государствен-

ного национального исследовательского университета 12 сентября 2025 г. Содержание работы представлено на IX Международной научной конференции «Аксиологические проблемы современных филологических исследований» (г. Екатеринбург, УрФУ, 25–26 апреля 2023 г.), Международной научной конференция «Филология в XXI веке» (г. Пермь, ПГНИУ, 19–20 мая 2023 г.), научном форуме молодых ученых Шаньдунского университета (г. Вэйхай, Институт перевода, 19 ноября 2023 г.).

Структура диссертации определена целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, четырех глав, заключения, библиографического списка, включающего 174 наименования научных источников, словарей и справочников, а также приложения, в котором представлена анкета для проведения опроса. Общий объем диссертации составляет 216 страниц, в ней 19 таблиц и 5 рисунков.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** дается оценка степени разработанности проблемы, обосновываются актуальность, новизна, теоретическая и практическая значимость результатов исследования, определяются его теоретико-методологические основы, объект и предмет, цель и задачи, характеризуются материал и методы исследования, формулируются гипотеза и положения, выносимые на защиту, приводятся данные об апробации работы.

Глава 1 «Теоретические вопросы экспрессивности применительно к лексике, связанной с употреблением алкоголя» состоит из трех параграфов. В параграфе 1.1. «Экспрессивность как лингвистическое явление» представлен аналитический обзор научных трудов, посвященных разным аспектам лексической экспрессивности, на основании которого делается вывод, что экспрессивность в качестве лингвистической категории проявляется в способности лексической единицы передавать эмоциональное и оценочное отношение говорящего к явлениям окружающего мира.

В параграфе 1.2. «Семантическая структура экспрессивной лексики алкогольной тематики» с опорой на идеи Н.А. Лукьяновой, Т.В. Матвеевой, В.Н. Телии и других российских ученых утверждается, что лексическое значение экспрессивного слова включает два компонента: денотативный (объективно-логический) и коннотативный (субъективно-оценочный), последний из которых и придает слову экспрессивность. Экспрессивная лек-

сическая единица, относящаяся к номинативному полю «Употребление алкоголя», определяется в диссертации как слово или выражение, являющееся общепринятым или индивидуально-авторским средством репрезентации эмоционально-психологического отношения говорящего к референтам коммуникативной ситуации, связанной с принятием спиртных напитков. Экспрессивные слова обладают необычностью, лаконичностью и новизной. Данные признаки воспринимаются таковыми в сравнении с нейтральными по стилистической окраске номинациями референтов ситуации винопития.

В семантическую структуру экспрессивной лексической единицы входят три базовых микрозначения: 1) интенсивности, 2) эмотивной оценки, 3) образности. Анализ эмпирического материала показывает, что эти микрозначения взаимосвязаны, однако их соотношение в конкретных словах и выражениях может быть различным. **Интенсивность** ярче всего проявляется в глаголах интенсивно-результативного способа действия, обозначающих превышение некой нормы питья, установленной в социуме. В зоне экспликации интенсивности также находятся слова разных частей речи, обозначающие высокую степень опьянения. **Эмотивная оценка** проявляется практически во всех экспрессивах, характеризующих референты винопития. Хотя наибольшее разнообразие эмоционально-оценочных оттенков связано с выражением отрицательных эмоций, в русской речи алкогольные экспрессивы нередко используются с ироничной и шутливой окраской. В работе подчеркивается, что во многих случаях эмоционально-оценочную окраску экспрессивного слова определяет тональность контекста в целом, поэтому при анализе вектора оценки нами учитывались контекстные показатели: общая эмоциональность фразы, наличие пояснительных слов и др. **Образность** экспрессива заключается в его способности вызывать в сознании наглядные представления благодаря ассоциациям с предметом или явлением из другой сферы. Большинство запоминающихся образов, закрепленных в лексике алкогольной тематики, созданы на базе вторичных значений производящих слов путем метафорического или метонимического переноса, преувеличения или преуменьшения объектов эмоциональной оценки.

В параграфе 1.3. «Формальные показатели экспрессивности» отмечается, что экспрессивная лексика, связанная с употреблением алкоголя, представляет собой довольно пестрое множество слов и выражений, объединенных сходством семантики и общей функцией. Одни экспрессивы имеют формальные показатели: словообразовательные аффиксы субъективной оценки (например, уменьшительно-ласкательные суффиксы существительных типа

водочка, водадуля, вододулечка; суффикс *-ну-* со значением интенсивного одномоментного действия в глаголах типа *грохнуть, жахнуть*), а также фонетические показатели (например, в словах *набубениться, назюзюкаться, ахнуть* и др.). Другие экспрессивы не имеют формальных показателей: это слова с плохо членимыми или нечленимыми основами (например, *вдрабадан, в невнемозе, напендюриться, шмурдяк*), а также слова, образованные посредством метафорического переноса названий животных, растений, блюд и др. на сферу винопития (например, *вмандаринить, навинегреться, накваситься, нахрюкаться* и др.).

Большое количество экспрессивных лексических единиц алкогольной тематики свидетельствует об их востребованности в речи носителей русского языка, а также о сформированности коллективных и индивидуальных представлений о границах социально одобряемой нормы употребления спиртных напитков.

В четвертом параграфе первой главы содержится обзор основных научных работ, посвященных лингвистическому исследованию винопития как фрагмента русской языковой картины мира.

Глава 2 «Семантико-стилистический анализ экспрессивной лексики, связанной с употреблением алкоголя» включает два параграфа. В первом параграфе представлен словник экспрессивов, включающий 800 единиц (лексем, фразеологических сочетаний и целостных по смыслу разговорных выражений). Экспрессивные единицы распределены на семь тематических групп: 1) *процесс употребления алкоголя*; 2) *человек, употребляющий алкоголь* с подгруппами *пьяный / пьющий человек* и *поведение пьяного человека*; 3) *спиртные напитки* с подгруппами *спиртной напиток* и *емкость для спиртного напитка*; 4) *количество выпитого алкоголя*; 5) *состояние опьянения* с подгруппами *легкая степень опьянения, сильная степень опьянения, не конкретизированная степень опьянения*; 6) *место покупки и распития алкоголя* с подгруппами *место покупки алкоголя* и *место распития алкоголя*; 7) *мотив употребления алкоголя*. Под тематической группой в диссертации понимается «совокупность слов и словосочетаний, отражающих определенный участок действительности, объединенных общностью родового значения» [Немченко 1995: 218].

Словник экспрессивной лексики алкогольной тематики сформирован на основе следующих принципов:

1. Преимущественно отбирались лексические единицы, которые, во-

первых, отражают представления о винопитии носителей **современного** русского языка второй половины XX–XXI вв.; во-вторых, зафиксированы в нескольких словарях, составленных как профессиональными лингвистами, так и неспециалистами.

2. В состав словника не включены прямые номинации референтов винопития, в частности: глагол *пить* и его дериваты (*выпить, запить, напиться, выпивка, запой, пьянство, пьяница, пьяный* и мн. др.); термины наркологии (*алкоголь, алкоголизм, алкоголик, алкоголизация, алкоголяты, белая горячка, делирий, дипсомания* и др.); устойчивые выражения, в состав которых входят вышеназванные прямые номинации (*в пьяном виде, в пьяном состоянии, в состоянии алкогольного опьянения* и др.); номинации спиртных напитков (*водка, вино, самогон, вермут, коньяк, виски, ром, ликер* и др.); фирменные наименования алкогольной продукции типа «Амаретто», «Зеленая Марка», «Русский стандарт», «Столичная», «777» и мн. др.; нейтральные названия сосудов для спиртных напитков (*бутылка, стакан, рюмка, штоф* и др.).

3. Бóльшая часть экспрессивов проиллюстрирована речевыми примерами, извлеченными из НКРЯ, словарей разного типа, постов интернет-пользователей и специализированных сайтов. Экспрессивные слова и выражения, которые не проиллюстрированы, в основном получены от респондентов, принявших участие в анкетировании. Мы интерпретируем эти экспрессивы как факты индивидуального словотворчества носителей русского языка, еще не вошедшие в общий фонд экспрессивной лексики алкогольной тематики.

4. Словник довольно полно отражает русскую экспрессивную лексику, связанную с винопитием, однако не является исчерпывающим. С одной стороны, номинативное поле «Употребление алкоголя» оказалось весьма динамичным, постоянно пополняющимся новыми словами и выражениями. С другой стороны, за рамками нашего внимания остались некоторые тематические группы (например, *товарищ по выпивке, компания для выпивки*), содержащие небольшое количество экспрессивных единиц.

5. Из этических соображений в выборку не включена обценная лексика.

Фрагмент словника представлен в таблице 1.

Экспрессивные наименования спиртных напитков

№ п/п	Экспрессивы	Примеры употребления	Источники
1.	Антидепрессанты <i>Инд.-авт.</i>	—	Информант
2.	Белая головка (белоголовка) <i>Разг.</i>	В Советском Союзе была водка «Московская особая», картонную пробку на ней заливали белым сургучом, отчего в народе она получила название «белая головка» . (Пост интернет-пользователя)	https://vk.com/
3.	Белая ночь <i>Сленг</i>	Популярный среди ленинградской интеллигенции коктейль, составленный из коньяка и шампанского. (Толкование в словаре)	CAC_CCCP
4.	Белый медведь <i>Сленг</i>	Смесь спирта и шампанского. (Толкование в словаре)	CAC_CCCP
5.	Беленькая <i>Разг.</i>	Беготня по корту в белых штанах – лишь прелюдия <...> к основному способу отдыха: баньке с пивом и беленькой из холодильничка. (А. Белозеров. Чайка)	НКРЯ
6.	Благодать <i>Сленг, устар.</i>	Чистый спирт с сиропом. (Толкование в словаре)	CAC_CCCP
7.	Бормотуха <i>Прост.</i>	Макаревич вспоминал, что больше полутора бутылок на одного «бормотухи» выпить было нельзя – человек уже не чуял под собой ног. (Русская семерка. 08.04.2018)	https://news.rambler.ru/
8.	Бурда <i>Прост.</i>	Не то что мы раньше пили, бурду шестирублевую. (А. Моторов. Преступление доктора Паровозова)	НКРЯ
9.	Бурый медведь <i>Сленг</i>	Смесь спирта и коньяка. (Толкование в словаре)	CAC_CCCP
10.	Бухлишко <i>Сленг (молод.)</i>	– Можешь сгонять за бухлишком на сегодня? (Пример из словаря)	СМС
11.	Бухло <i>Сленг (молод.)</i>	Я тут хотел йогой заняться, но потом подумал, что творческую жилку без бухла погублю. (Пост интернет-пользователя)	https://zvukibukvy.ru/
12.	Веселительный напиток <i>Разг.</i>	Его нелюбовь к спиртным напиткам, а также и к носителям спиртного духа, то есть к пьяным, есть концентрированное выражение его <...> безумия, обернувшей более естественную в его состоянии водобоязнь на темный страх перед ни в чем не повинными веселительными напитками . (Ф. Искандер. Путь из варяг в греки)	НКРЯ
13.	Веселящий напиток <i>Разг.</i>	Они пили веселящий напиток и предавались воспоминаниям. (В. Кустов. Сотворение Эдема)	https://kartaslov.ru/
14.	Винишко <i>Разг.</i>	У них рацион, знаешь, – любой граф позавидует: и фрукты, и рыбка, бывает и винишка им выставляют, а как же... (Д. Рубина. Медная шкатулка)	НКРЯ
15.	Вискарик <i>Разг.</i>	Вино без меня пить будешь, а со мной выпьешь вискарика . (А. Ростовский. По законам волчьей стаи)	НКРЯ

Во втором параграфе содержится количественный анализ распределения экспрессивов по тематическим группам и стилистической окраске. Самыми многочисленными оказались группы *состояние опьянения, спиртные напитки, процесс употребления алкоголя*, которые в сумме включают 562 единицы, или 70.25 % всей исследованной лексики. Распространенность экспрессивов этих тематических групп можно объяснить востребованностью соответствующих слов и выражений в большинстве коммуникативных ситуаций, связанных с принятием алкоголя.

Посредством стилистического анализа выявлены и описаны следующие группы экспрессивной лексики:

- 1) разговорные (*одурманиться, чуть тепленький, не в форме* и др.);
- 2) просторечные (*квасить, назююкаться, водяра* и др.);
- 3) сленговые (*джазить, ужалиться, хронь* и др.);
- 4) жаргонные (*вздрогнуть, засадить, ханыга* и др.);
- 5) арготические (*замастырить, квакнуть, отравиться* и др.);
- 6) книжные (*воздать должное Бахусу, возлиять* и др.);
- 7) устаревшие (*благоволить к рюмочке, выкушать, ерофейничать* и др.);
- 8) индивидуально-авторские (*заквашенный, он уже всё, улетевиший* и др.);
- 9) другие (диалектные слова *рюанизация* и *жмакнуть*).

Количественный анализ показал, что экспрессивная лексика алкогольной тематики наибольшее распространение получила за рамками литературного языка (см. рис. 1). Внелитературный сегмент «алкогольных» экспрессивов представляет собой динамично развивающуюся систему, отражающую как лингвистические, так и социокультурные процессы, происходящие в обществе.

Установлено, что 10 % от общего количества экспрессивов являются индивидуально-авторскими (см. рис. 2). Наиболее высокая их концентрация (27.3 %) зафиксирована в тематической группе *место покупки и распития алкоголя*, что свидетельствует о значительном влиянии локуса винопития на речевую креативность потребителей спиртного. Активизация речевого творчества также зафиксирована в тематических группах *человек, употребляющий алкоголь* (15.8 %) и *состояние опьянения* (15 %). Наиболее яркой эмоциональной окраской характеризуются окказиональные экспрессивы тематической группы *состояние опьянения*. Исходя из этого, можно сделать вывод, что носители русского языка придают большое значение языковой точности и выразительности именно при описании состояния выпившего человека. Полученные данные свидетельствуют о том, что коммуникатив-

ные ситуации, связанные с употреблением алкоголя, создают благоприятные условия для словотворчества.

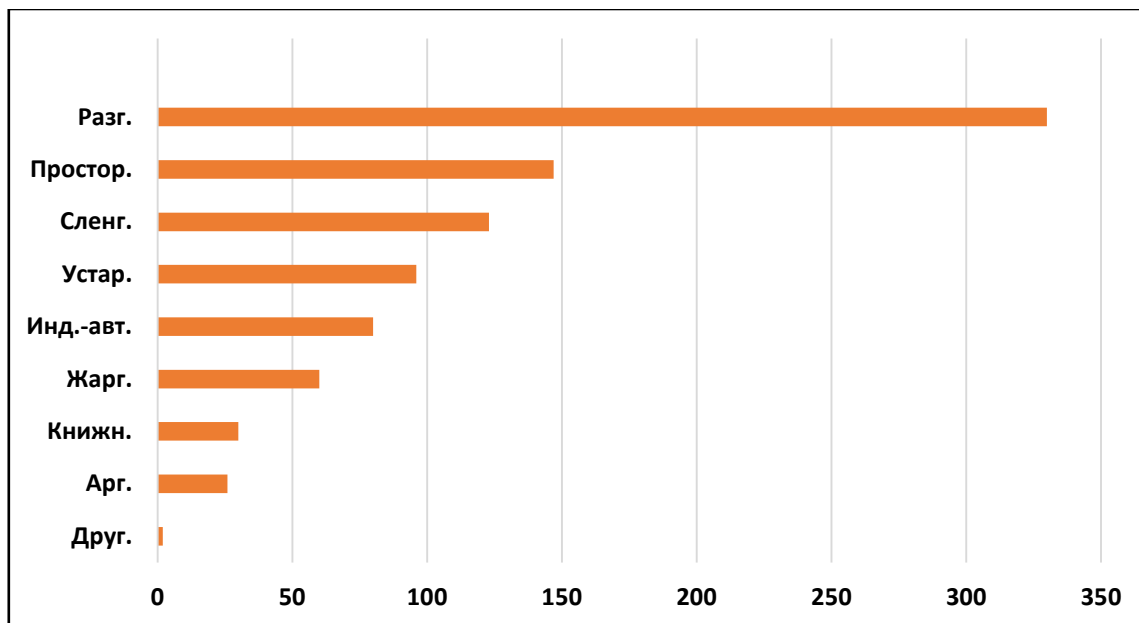


Рис. 1. Соотношение экспрессивов алкогольной тематики по стилистической окраске

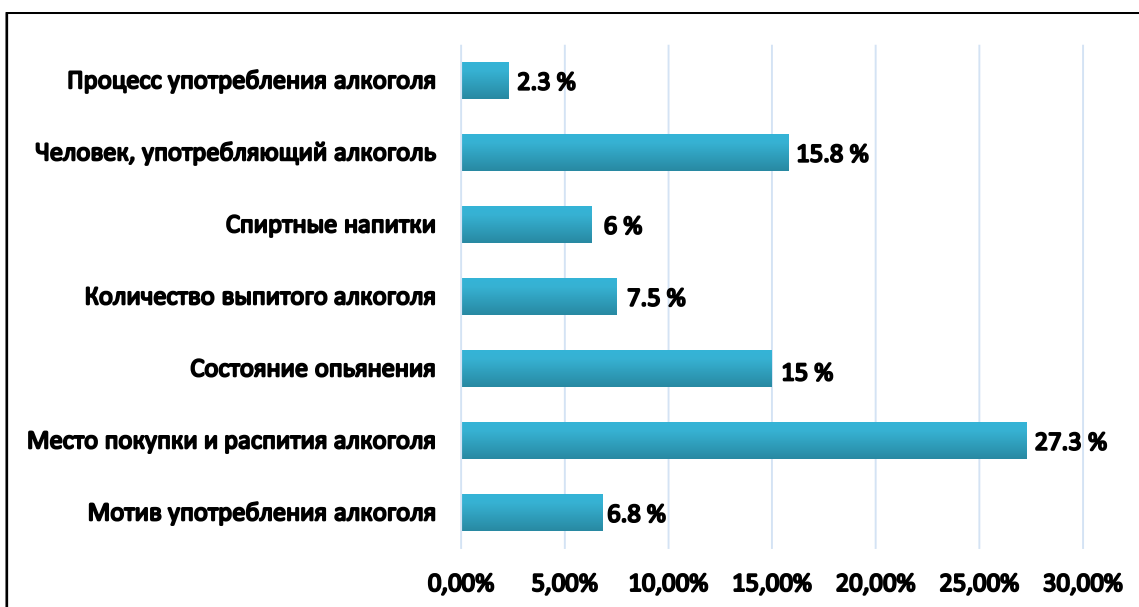


Рис. 2. Количество индивидуально-авторских слов и выражений относительно количества экспрессивов в тематических группах

В двух параграфах главы 3 «Социокультурный фон употребления экспрессивной лексики алкогольной тематики» обсуждается культура питания в России на фоне культуры питания в Китае.

Культуры потребления алкогольных напитков в России и Китае, являясь неотъемлемой составляющей многовекового исторического наследия обеих стран, демонстрируют своеобразие и глубокое социокультурное влияние на формирование национальных традиций, в том числе языковых. Сравнительный анализ показывает, что, несмотря на существенные различия, обе культуры питания объединяет особое отношение к процессу употребления алкоголя как важной социальной практике. При этом каждая из культур обладает самобытными чертами, отражающими специфику исторического развития, менталитета и ценностных установок народов.

В российской культуре питания особое место занимает водка – глубоко укорененный элемент русского национально-культурного кода, вызывающий ассоциации с выносливостью, стойкостью и способностью россиян преодолевать трудности. Культурная значимость водки проявляется в том, что она воспринимается как метафора русской души, отражающая ее противоречивость. В русской картине мира водка является не просто алкогольным напитком, а знаком национальной идентичности, отражающим особенности русского характера.

На формирование алкогольного поведения и привычек современных носителей русской лингвокультуры значительное влияние оказали многочисленные социально-политические трансформации и войны – для многих россиян алкоголь стал своеобразным способом адаптации к стрессовым ситуациям. Это привело к негативным последствиям, затрагивающим индивидуальное здоровье, семейные отношения, общественную безопасность и социальную стабильность. Несмотря на реализацию различных государственных мер (повышение акцизов на алкогольную продукцию; ужесточение контроля за вождением автомобиля в нетрезвом виде; санитарно-просветительскую деятельность и др.), проблема алкоголизма в России оценивается специалистами как весьма острая. Для ее эффективного решения требуется комплексный подход, включающий экономический рост и повышение уровня жизни граждан; усиление роли семейного воспитания; повышение осведомленности населения, прежде всего молодежи, о последствиях злоупотребления алкоголем; совершенствование налоговой политики в отношении алкогольной продукции; укрепление взаимодействия между меди-

цинскими и социальными службами; изучение и внедрение международного опыта в сфере профилактики алкоголизма и др.

Культура питья в Китае представляет собой уникальное явление, органично вплетенное в ткань китайской цивилизации. На протяжении тысячелетий культура потребления алкоголя формировалась в Поднебесной под влиянием климатических условий, национальных традиций и философских концепций, прежде всего конфуцианства с его принципом умеренности. В современном Китае культура питья проявляется в сочетании древних традиций и новых тенденций. Если раньше алкоголь использовался преимущественно в ритуальных целях и для создания особой атмосферы во время торжеств, то сегодня он стал неотъемлемой частью социальной жизни китайцев, сохраняя при этом свою символическую значимость. Доминантой китайского винопития является не количество выпитого, а качество социального взаимодействия, самовыражение личности и гармоничная застольная атмосфера. Кроме того, существенное влияние на отношение китайцев к алкоголю продолжает оказывать конфуцианская доктрина «срединного пути», пропагандирующая умеренность и самоконтроль.

Исследование культур питья двух стран позволяет сделать вывод, что эти культуры продолжают эволюционировать, вместе с тем сохраняя фундаментальные основы и традиции, что свидетельствует о жизнеспособности и адаптивном потенциале данных социокультурных феноменов.

Предмет исследования в главе 4 – **«Эвфемистическая функция экспрессивной лексики, связанной с употреблением алкоголя»**. В первом параграфе обсуждается интерпретация понятия *эвфемизм* в российской, западноевропейской и китайской лингвистике. Во втором параграфе анализируются результаты социолингвистического эксперимента, направленного на изучение эвфемизации темы винопития в речи современных носителей русского языка.

Мы предположили, что вариативность экспрессивов алкогольной тематики, которые используются в эвфемистической функции, проявляется в их стратификационной дифференциации по социально-демографическим параметрам. Чтобы подтвердить эту гипотезу, был проведен опрос в форме анкетирования (анкету см. ниже) 200 респондентов с применением стратификационного метода, который позволяет увидеть влияние отдельных страт-факторов на предмет исследования. В качестве такого предмета выступили эвфемизмы алкогольной тематики, а в качестве страт – биологиче-

ские параметры *возраст, пол* и социальные параметры *уровень образования, профессиональная деятельность*. Стратификация языкового коллектива позволяет анализировать закономерности речевого поведения человека в реальных жизненных условиях [Ерофеева 2009: 29]. Состав участников опроса носил случайный характер, т. е. не был сбалансирован по полу, возрасту, образованию и сфере деятельности; их общая характеристика ограничивалась принадлежностью к русской лингвокультуре.

Анкета для участников опроса

Просим Вас принять участие в лингвистическом опросе, который проводится в рамках изучения лексики, связанной с употреблением алкоголя.

Подчеркните выбранные ответы и напишите свой ответ.

1. Ваш возраст: – до 30 лет – 31–60 лет – старше 60 лет
2. Ваш пол: – мужской – женский
3. Ваше образование: – среднее – среднее специальное – высшее
4. Сфера Вашей деятельности:
– государственная служба – сфера образования
– собственный бизнес – сфера медицины
– научная деятельность – сфера услуг
– сфера производства – не работаю
– другое (укажите) _____
5. Используете ли Вы в своей речи эвфемизмы алкогольной тематики, т.е. слова и выражения, заменяющие прямые названия выпивки, алкоголя, пьяного человека, степени опьянения и т.п. (например: *принять на грудь, на троих, беленькая, мерзавчик, на рогах* и др.)?
– не использую – изредка использую – часто использую
6. Какие эвфемизмы Вы используете для названия:
– процесса выпивки _____
– пьяного / пьющего человека _____
– состояния опьянения _____
– алкогольного напитка _____
– емкости для алкоголя _____
– места выпивки _____
– количества выпитого алкоголя _____
– мотивов / причин / цели выпивки _____

7. В каких ситуациях Вы используете эвфемизмы алкогольной тематики?

- в общении с друзьями
- в общении с коллегами
- в общении с родственниками
- в общении с детьми
- в общении с незнакомыми людьми
- в других ситуациях (напишите каких) _____

8. Эвфемизмы алкогольной тематики Вы обычно используете, чтобы:

- соблюсти этикет, так как прямые выражения о выпивке и пьянстве являются неприличными, грубыми и нетактичными
- уйти от отрицательной оценки пьянства, замаскировать его негативные или неприятные стороны
- не обидеть, не оскорбить пьяного / пьющего человека или не вызвать у него дискомфорт
- избежать конфликта, который может возникнуть при использовании прямых слов и выражений о пьянстве
- скрыть намерение принять алкоголь или информацию о выпивке
- уйти от неприятного разговора и сменить тему
- выразить ироническое или юмористическое отношение к пьянству
- другое (напишите) _____

Благодарим за участие в опросе!

Обработка полученных данных проводилась посредством перекрестного табуляционного анализа, или метода кросс-табуляции. По результатам опроса были сформированы таблицы сопряженности, позволившие выявить корреляции между параметрами анализа: на оси X отображаются независимые переменные, на оси Y – зависимые переменные, с которыми проводится сравнение. Для примера приведем одну из таблиц сопряженности (в диссертации четыре подобных таблицы), показывающую частотность использования эвфемизмов алкогольной тематики в соотношении с возрастом и полом респондентов (см. табл. 2).

Из таблицы видно, что пол и возраст (независимые переменные) оказывают влияние на частоту использования эвфемизмов (зависимая переменная). Среди 97 респондентов моложе 30 лет лишь 12 человек используют эвфемизмы часто (более 20 % мужчин и около 9 % женщин). Почти 43 % мужчин и 30 % женщин не используют их совсем и около 50 % (в каждой гендерной группе) используют редко. По-видимому, молодым людям свойственно говорить об алкоголе прямо и открыто, даже бравировать в компании сверстников личным опытом винопития, еще не осознавая связанные с ним риски. Ответы на восьмой вопрос анкеты показали, что обращение к

эвфемизмам вызвано у многих молодых людей желанием скрыть информацию о выпивке от взрослых.

Таблица 2

**Частотность использования эвфемизмов алкогольной тематики
в соотношении с возрастом и полом респондентов**

X \ Y	Не использую	Изредка использую	Часто использую	Всего
До 30 лет / муж.	8 (29.63 %)	13 (48.15 %)	6 (22.22 %)	27
До 30 лет / жен.	30 (42.86 %)	34 (48.57 %)	6 (8.57 %)	70
31–60 лет / муж.	1 (4 %)	15 (60 %)	9 (36 %)	25
31–60 лет / жен.	8 (16 %)	36 (72 %)	6 (12 %)	50
Старше 60 лет / муж.	1 (14.29 %)	4 (57.14 %)	2 (28.57 %)	7
Старше 60 лет / жен.	5 (23.81 %)	13 (61.90 %)	3 (14.29 %)	21

В группах среднего и старшего возраста зафиксировано намного больше респондентов (113 человек), использующих эвфемизмы об алкоголе. Показательно, что лишь 4 % мужчин среднего возраста не используют их вообще. Эвфемизация алкогольной темы в зрелом возрасте является, с нашей точки зрения, не просто особенностью языковой личности, а сложным социально-психологическим феноменом, отражающим стремление человека к социально приемлемому общению. Кроме того, это способ сохранить лицо и избежать прямого осуждения со стороны общества.

В отношении гендерных различий анализ перекрестных таблиц показывает, что женщины (особенно до 30 лет) реже, а мужчины (особенно после 30 лет) гораздо чаще используют эвфемизмы об алкоголе. По-видимому, женщины меньше испытывают социальное давление по поводу употребления алкоголя, более открыты в разговорах о выпивке и меньше заботятся о

создании особого имиджа. Мужчины же после 30 лет берегут профессиональную репутацию, опасаются общественного осуждения и стремятся соответствовать образу успешного человека.

Что касается влияния образования, то респонденты с высшим образованием прибегают к эвфемизации алкоголя чаще, чем респонденты, имеющие среднее и среднее специальное образование. Очевидно, что люди с высшим образованием, как правило, занимают более высокие позиции в обществе. Использование эвфемизмов является одним из способов поддержания социального престижа и демонстрации культурного уровня. Высшее образование предполагает более глубокое погружение в культурные нормы и языковые традиции, поэтому люди с высшим образованием лучше понимают механизмы эвфемизации и умеют использовать их в различных коммуникативных ситуациях. Кроме того, обладатели высшего образования обычно имеют более развитый языковой вкус, способны оперировать различными стилистическими средствами, включая эвфемизмы, и лучше чувствуют контекст общения, выбирая наиболее уместные формы выражения. Наконец, обладатели высшего образования больше стремятся к самоконтролю и социальной адаптации – эвфемизмы позволяют им более тактично обсуждать деликатные темы, включая употребление алкоголя.

Анализ влияния страты *профессиональная сфера деятельности* на эвфемизацию винопития показал, что реже эвфемизмы используют (1) респонденты-бизнесмены и неработающие (включая пенсионеров, студентов и безработных), а чаще – (2) работники сферы производства и медицины. Скорее всего, это связано с тем, что речевое поведение первых не регламентировано корпоративной культурой, поэтому они склонны прямо выражать свои мысли, в то время как вторые по долгу службы вынуждены придерживаться определенных коммуникативных правил. Так, использование эвфемизмов медицинскими работниками отвечает требованиям медицинской этики и деонтологии.

Подавляющее большинство опрошенных (82 %) считают, что целью эвфемизации алкогольной темы является выражение ироничного отношения к пьянству. Другими интенциями являются соблюдение этикета (23.5 %), избегание отрицательной оценки пьянства (21.5 %), желание не обидеть пьяного человека (18 %) и избежать конфликта (16 %). Почти равное количество респондентов (в среднем 9.25 %) используют эвфемизмы, чтобы скрыть информацию о выпивке и уйти от неприятного разговора.

Табуляционный анализ показал следующее: если для женщин всех воз-

растных групп наиболее актуальной является цель *соблюсти этикет*, то для мужчин (преимущественно среднего и старшего возраста) – *избежать конфликта*. Мужчины старшей возрастной группы чаще используют эвфемистические слова и выражения в ситуации общения с пьяными, чтобы разрядить напряженную атмосферу. Показательно, что респонденты всех групп стараются избежать прямых отрицательных оценок пьяного человека. Особенно это характерно для мужчин среднего возраста и пожилых женщин, которые из лучших побуждений нередко готовы уберечь пьяных людей от неприятностей. Полученные данные позволяют сделать вывод, что в русской культуре сформировалось в целом неоднозначное, а в неформальной обстановке скорее снисходительное отношение к пьянству.

В целом, результаты анализа свидетельствуют о том, что экспрессивы алкогольной тематики, функционирующие в качестве эвфемизмов, демонстрируют ярко выраженную смягчающую коммуникативную стратегию и отражают характерную для представителей русской лингвокультуры тенденцию к опосредованному обсуждению деликатной и социально чувствительной темы. Эвфемизация алкоголя реализуется преимущественно в иронично-юмористической тональности, способствующей сглаживанию потенциально конфликтных ситуаций, преодолению коммуникативных барьеров и созданию комфортной атмосферы общения. Особого внимания заслуживает тот факт, что данная языковая практика не только выполняет прагматическую функцию, но и отражает устойчивые стереотипные представления об употреблении алкоголя, глубоко укоренившиеся в коллективном сознании русскоязычного социума. Это свидетельствует о тесной взаимосвязи языковых практик и культурных кодов в процессе коммуникации.

В заключении сформулированы основные результаты проведенного исследования.

ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

*Статьи в рецензируемых научных изданиях, включенных
в реестр ВАК Министерства науки и высшего образования РФ:*

1. Чжан Сяофэй Изучение эвфемизмов в России и Китае // Казанская наука. 2023. № 7. С. 74–77.

2. Чжан Сяофэй Отражение русской «культуры питания» в эвфемизмах алкогольной тематики // Russian Linguistic Bulletin. 2023. № 8 (44). DOI: 10.18454/RULB.2023.44.32.

3. Чжан Сяофэй Тематические группы русских эвфемизмов об употреблении алкоголя // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. Т. 16. Вып. 9. С. 2990–2995. doi.org/10.30853/phil20230466.

4. Чжан Сяофэй Семантика русской экспрессивной лексики, связанной с употреблением алкоголя // Вестник Пермского государственного университета. Российская и зарубежная филология. 2024. Т. 16, вып. 4. С. 82–91. DOI: 10.17072/2073-6681-2024-4-82-91 (в соавторстве с Баженовой Е.А.).

Другие работы автора по теме диссертации:

5. Чжан Сяофэй Экстралингвистические факторы эвфемизации речи // Казанская наука. 2022. № 12. С. 68–71.

ЧЖАН Сяофэй

РУССКАЯ ЭКСПРЕССИВНАЯ ЛЕКСИКА
КОММУНИКАТИВНОЙ СФЕРЫ УПОТРЕБЛЕНИЯ АЛКОГОЛЯ:
СЕМАНТИЧЕСКИЙ И СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Подписано в печать 09.10.2025. Формат 60 x 84 / 16

Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл. печ. л. 1,1.

Тираж 120 экз. Заказ № _____

Отпечатано ООО «Интер-ЕС», 614068, 614000, г. Пермь, ул. Плеханова, 39.

