

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра отечественной филологии и русского языка как иностранного

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
(МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)

На тему: Национально-культурная специфика наименований напитков  
в русском языке

Исполнитель Кочкаров Дилшад

Руководитель кандидат педагогических наук

Виноградова Марина Владимировна

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой 

(подпись)

кандидат педагогических наук, доцент

Кипнес Людмила Владимировна

«3» декабря 2024 г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2024

## Содержание

Введение .....	3
Глава I. Теоретические предпосылки описания культурно-маркированной лексики.....	6
1.1. Взаимосвязь языка и культуры.....	6
1.2. Особенности культурно-маркированной лексики.....	12
1.3. Напитки как элемент русской кухни.....	20
Выводы по 1 главе.....	26
Глава II. Наименования напитков по данным словарей русского языка.....	27
2.1. Наименования напитков по данным идеографических словарей.....	27
2.2. Наименования напитков по данным толковых словарей.....	46
2.3. Наименования напитков по данным ассоциативных словарей.....	53
2.4. Наименования напитков по данным фразеологических словарей.....	56
Выводы по 2 главе.....	64
Заключение.....	66
Список использованной литературы.....	69

## Введение

Выпускная квалификационная работа посвящена исследованию национально-культурной специфики наименований напитков в русском языке.

Пищевые традиции разных народов мира нередко становятся предметом внимания учёных в различных аспектах (историческом, культурологическом, этнокультурном, лингвокультурологическом, лингвистическом и др.). Об этом свидетельствуют изданные монографии, сборники статей, диссертационные исследования [7; 28; 34; 40; 63; 71; 97 и др.]. Особый интерес к пище как к одному из компонентов традиционных культур объясняется тем, что он более полно отражает традиции, наиболее устойчив, и сохраняется даже в условиях полной деформации других компонентов этнической культуры.

Одной из существенных групп номинаций любой национальной кухни являются напитки. В русских пищевых традициях, в национальной картине мира напитки занимают особое место, их национально-культурная специфика отражается во всех сферах жизни людей: в бытовой, праздничной, религиозной, медицинской и др. Традиционные для русской культуры напитки являются проводниками представлений о стране, дают значимую информацию о ценностях и традициях русского народа. Выявлению национально-культурной специфики русской кухни посвящено немало лингвистических исследований. Это объясняется существенным местом кухни в той или иной национальной культурной традиции, т.е. номинации еды и напитков зачастую являются экспликаторами культурных смыслов и ценностных установок [92].

Таким образом, **актуальность** исследования обусловлена востребованностью изучения отражаемых в языковой картине мира фактов, выступающих ориентиром к пониманию значимых аспектов восприятия русской лингвокультуры.

**Объект** исследования – наименования напитков в русском языке.

**Предмет** исследования – национально-культурная специфика наименований напитков в русском языке.

**Цель** исследования – описание национально-культурной специфики наименований напитков в русском языке в лингвокультурологическом аспекте.

Поставленная цель предполагает решение следующих **задач**:

1. Изучить специфику взаимосвязи языка и культуры.
2. Рассмотреть особенности культурно-маркированной лексики.
3. Рассмотреть напитки как элемент русской кухни.
4. Провести анализ наименований напитков по данным словарей русского языка (идеографическим, толковым, ассоциативным, фразеологическим) и по материалам Национального корпуса русского языка с целью выявления национально-культурной специфики.

**Материал исследования** составили следующие источники:

- труды Н.Ф. Алефиренко, Н.Д. Арутюновой, Е.М. Верещагина, В.В. Воробьёва, А.А. Зализняка, Е.И. Зиновьевой, С.В. Ивановой, Д.Н. Караулова, О.А. Корнилова, В.Г. Костомарова, И.Б. Левонтиной, Д.С. Лихачёва, В.А. Масловой, З.Д. Поповой, Ю.С. Степанова, И.А. Стернина, В.Н. Телии, С.Г. Тер-Минасовой, З.З. Чанышевой, В.М. Шаклеина, А.Д. Шмелёва, Е.Е. Юркова и др., посвящённые взаимодействию языка и культуры;
- работы таких исследователей, как И.Е. Аверьянова, А.А. Зализняк, Е.И. Зиновьева, А.Д. Макеева, В.А. Масловой, Н.Е. Меркиш, Н.И. Толстой, Е.Е. Юрков, Т.В. Яковлева и др., рассматривающих особенности культурно-маркированной лексики;
- работы Е.В. Капелюшник, Н.А. Козько, В.А. Масловой, Т.А. Молдановой, Т.Ф. Наумовой, Ю.С. Степанова, Янь Цюцзюй и др., рассматривающих наименования напитков русской кухни в контексте национальной картины мира.

В работе использовались следующие **методы исследования**: описательно-аналитический метод, сопоставительный анализ, семантический анализ, лингвистический анализ, методы компонентного анализа.

**Новизна** работы состоит в уточнении и расширении наименований напитков, относящихся к русской гастрономической культуре, и анализе их семантики сквозь призму культурной маркированности на материале лексикографических источников и на материале Национального корпуса русского языка.

**Теоретическая значимость** работы состоит в возможности применения полученных выводов для дальнейших исследований, связанных с изучением наименований национальной кухни, относящихся к сфере культурно-маркированной лексики.

**Практическая значимость** исследования состоит в том, что его результаты могут быть использованы на занятиях по межкультурной коммуникации, лингвокультурологии, в преподавании русского языка как иностранного.

**Структура работы.** Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы.

Во введении обосновывается актуальность, формулируются объект, предмет, цель и задачи исследования.

В первой главе «Теоретические предпосылки описания культурно-маркированной лексики» рассматриваются специфика взаимосвязи языка и культуры, особенности культурно-маркированной лексики и значимость напитков в русской культуре.

Во второй главе «Наименования напитков по данным словарей русского языка» проводится анализ наименований напитков по данным идеографических, толковых, ассоциативных, фразеологических словарей русского языка.

В заключении приводятся выводы, сделанные в рамках исследования.

# **Глава 1. Теоретические предпосылки описания культурно-маркированной лексики**

## **1.1. Взаимосвязь языка и культуры**

В сфере лингвистических исследований уже давно актуализируются вопросы, связанные не просто с изучением языка, а с его тесной связью с культурой [3-5; 8; 11; 13; 35; 36; 50; 52; 56; 60-61; 76; 77; 82; 87-90; 93; 95; 113 и др.]. В настоящее время это считается общепринятой научной тенденцией. Взаимосвязь языка и культуры рассматривается во многих научных направлениях: в лингвокультурологии, когнитивной лингвистике, этнопсихолингвистике и др. Важно подчеркнуть, что именно благодаря научным воззрениям В. фон Гумбольдта, открыто признававшего прямую и непосредственную связь между языком, мышлением и культурой народа, рассматриваемая тема получила широкое развитие в рамках наиболее прогрессивных и актуальных идей этого известного немецкого учёного.

Исследователями изучение языка в тесной связи с культурой давно носит априорный характер. В. фон Гумбольдт, как отмечалось выше, открыто признавал прямую и непосредственную связь между языком, мышлением и культурой народа. Умозаключения учёного относительно этого были изложены в сформулированном им принципе знака. Данный принцип гласит, что в знаке сопряжены мир внешних явлений и внутренний мир человека, природное начало и человеческий дух, объективное и субъективное [21, с. 127-128]. Анализируя и обобщая точку зрения Гумбольдта, развивая актуализируемую проблематику, современные лингвисты констатируют тот факт, что знак принадлежит к миру культуры [10, с. 75].

Анализируя особенности взаимосвязи языка и культуры, необходимо обратить внимание на понятия «нация», «дух народа», «языковое сознание», «мировидение», являющиеся чрезвычайно важными, существенными в контексте современного гуманитарного знания [10, с. 75]. Эти понятия получили актуализацию в работах Гумбольдта как раз вследствие признания

взаимосвязи языка и культуры. По утверждению учёного, язык и духовное развитие человечества имеют тесную взаимосвязь, кроме того, язык выступает в качестве постоянного сопутствующего феномена на каждой ступени локального прогресса или регресса в развитии человечества, в нём отражаются все стадии культуры [21, с. 48].

По общему мнению исследователей, взаимосвязь языка и культуры не вызывает сомнений, она очевидна, поскольку язык в плане культурных феноменов выполняет кумулятивную функцию, т.е. накапливает происходящее в культуре. Он, аккумулируя «культурные ценности в лексике, грамматике, идиоматике, пословицах, поговорках, фольклоре, в художественной и научной литературе, формах письменной и устной речи» [83], поистине является кладовой, копилкой культуры [Там же]. Язык является носителем культуры, репрезентантом ценностей той или иной национальной культуры, и передаёт эти хранящиеся в нём ценности из поколения в поколение. Язык является также и одним из важнейших инструментов культуры, поскольку напрямую участвует в формировании личности человека (носителя языка): взгляд на мир, на окружающую действительность, особенности менталитета, отношение ко всему окружающему и т.д. – всё это приходит в сознание человека не без участия языка. Перечисленное заложено в языке как средстве общения представителей той или иной лингвокультуры. Значит, реальность в языковой картине мира отражается через культурную картину мира [Там же]. В связи с этим исследователи особо подчёркивают взаимопроникающий характер языка и культуры, тесную взаимосвязь и взаимодействие этих двух феноменов. Так, Е.А. Савина отмечает, что язык и культура являются частью друг друга, что позволяет утверждать о неполном поглощении языковой картины мира культурной картиной мира при условии понимания последней как образа мира, преломленного в сознании человека [Там же]. В.А. Маслова подчёркивает, что язык тесно коррелирует с историей и культурой его носителей и «лежит на поверхности бытия человека в культуре» [60, с. 59], в связи с чем «проблема взаимосвязи, взаимодействия

языка и культуры занимает одно из центральных мест в языкознании [73, с. 167].

Возвращаясь к идеям Гумбольдта, отметим, что наиболее значимые и продуктивные из них Гумбольдта получили дальнейшее научное развитие в лингвокультурологическом аспекте. При этом нельзя не заметить, что лингвокультурология тесно связана с когнитологией, этнолингвистикой, прагмалингвистикой [3; 11; 13; 14; 31; и др.]. Как известно, лингвокультурология является наукой о взаимосвязи и взаимодействии языка и культуры. В связи с этим важнейшими задачами, которые ставятся во главу угла данной науки, являются «проявления культуры народа, отражённые и закреплённые в национальном языке» [14, с. 413]. Благодаря лингвокультурологическому анализу языковых единиц мы можем раскрыть «ментальные особенности той или иной лингвокультурной общности, описать национально-культурную специфику коммуникативных категорий, объяснить значимость концептов национальной культуры» [Там же]. Иными словами, в круг задач лингвокультурологии входят: описание пространства определённой лингвокультурной общности через призму языка и дискурса, а также культурного фона коммуникативного пространства [53, с. 13]; интерпретация языковых знаков в терминах культурного кода [87, с. 227], описание исторической памяти народа [10]. Лингвокультурология, как подчёркивают некоторые исследователи, погружает язык «в лоно действия культурной памяти, культурного механизма» [36, с. 31].

Подчеркнём, что без обзора того, что входит в сферу единиц, исследуемых в аспекте лингвокультурологии, рассмотрение вопроса о взаимодействии языка и культуры будет неполным. Так, актуальным предметом лингвокультурологических исследований является национально-культурная семантика языковых единиц. Цель таких исследований состоит в значимости понимания этих единиц с учётом их содержания и оттенков, поскольку это будет способствовать адекватному восприятию данных единиц носителями определённого языка и культуры [2, с. 176]. В. Н. Телия отмечает,



что объект лингвокультурологии изучается на перекрёстке языкознания и культурологии [87, 222]. В. А. Маслова в контексте актуальных единиц исследования в лингвокультурологическом аспекте называет безэквивалентную лексику, лакуны, мифологемы, паремии, фразеологизмы, метафоры, стереотипы, стилистический уклад языков, речевое поведение и речевой этикет [60, с. 36].

Нельзя не выделить основные, так называемые стержневые термины лингвокультурологии – лингвокультурологически значимые единицы лингвокультуремы, концепт и логоэпистему. Существует немало определений данных феноменов, однако остановимся на тех, которые лингвокультурологами признаны наиболее полными, отражающими суть рассматриваемых единиц. Так, концепт понимается как основная ячейка культуры в ментальном мире человека [56, с. 3; 113, с. 824] и вербализуется словом, которое позволяет охарактеризовать приметы материальной и духовной культуры народа и репрезентировать в языке национальную картину мира этого народа. Лингвокультурема является комплексной межуровневой единицей описания лингвокультурологического поля и представляет собой единство лингвистического и экстралингвистического содержания: сфера этой единицы не ограничена языком, в отличие от слова, а распространяется ещё и на предметный мир, сочетает сегменты языка и культуры одновременно [13, с. 4]. Имеет значение и способ языкового выражения лингвокультуремы: данная единица может быть представлена и словом, и словосочетанием, и даже текстом. Ср.: «баня» (слово), «*русская печь*» (словосочетание), «*Русский характер*» (рассказ А.Н. Толстого).

Знаком, требующим осмысления на уровне языка и культуры, является логоэпистема. Исследователи, сравнивая эту единицу с концептом и лингвокультуремой, подчёркивают её ценность в языковом отражении действительности. Логоэпистема как раз и является языковым отражением действительности в сознании носителей языка в результате постижения ими духовных ценностей отечественной и мировой культуры [51, с. 256].

Логоэпистемы отражают знания, традиции, обычаи, представления народа через материальную форму в виде пословиц, поговорок, фразеологизмов, крылатых слов и прецедентных текстов [2, с. 177]. Эти разноуровневые и ценные единицы и являются репрезентантами смысла логоэпистем. Ср., например: *«крепостничество»*, *«Герой нашего времени»*, *«Москва слезам не верит»* и др.

Рассуждая далее о взаимодействии языка и культуры и о роли лингвокультурологии в вопросах описания культурных феноменов сквозь призму языка, следует обратиться к тому, что вмещает в себя культура и как она интерпретируется в культурологическом аспекте. По общему видению исследователей, составляющими культуры, во-первых, являются предметы, представляющие собой продукты и результаты человеческой деятельности. Эти предметы составляют мир артефактов культуры. Во-вторых, составляющими культуры являются связанные с окружающей действительностью (во всех её проявлениях) человеческие представления, образующие так называемый мир смыслов. В-третьих, систему культуры невозможно представить без мира ценностных ориентаций, поскольку именно благодаря им осуществляется взаимосвязь артефактов и смыслов. Вкупе всё перечисленное функционирует в контексте «некоторой совокупности знаков», включающей в себя «разнообразные системы знаков, или коды», которые исторически складывались/складываются в той или иной общности. Как отмечают культурологи, с одной стороны, результатом реконструкции кодов является распредмечивание древнейших представлений, которые мы называем не иначе как архетипами культуры, т.е. распредмечиваются врождённые психические структуры, которые соотносятся с коллективным бессознательным. С другой стороны, ввиду того, что культуру культурологи признают как ценностную систему, абсолютно закономерно связанное с распознаванием ценностных ориентаций декодирование культурных кодов [31, с. 40].

Исходя из вышесказанного, очевидна существенная роль лингвокультурологии в решении задач в аспекте взаимодействия языка и культуры. Так, «культурная составляющая лингвокультурологического исследовательского комплекса предполагает охват проблематики, восходящей к содержанию культуры (суть культуры, сферы культуры, ценности), характеру и формам существования культуры (знаковый характер, культурные коды, архетипы), различным типам культуры и носителю культуры (языковая личность, или идентичность)» [10, с. 77]. Учитывая все эти составляющие, отметим, что некоторые исследователи особо выделяют такое направление, как психолингвокультурология [55, с. 150-151], рассматривая её как систему координат, состоящую из ряда подсистем:

- 1) когнитивной, в которой в качестве базовых единиц выступают ментефакты;
- 2) метафорической, единицами которой считаются базовые метафоры (при этом основу образной мотивации таких метафор могут составлять как ментефакты, так и единицы эталонной подсистемы, о которой речь пойдёт ниже);
- 3) эталонной, единицами которой выступают так называемые «ниши эталонов», т.е. «содержательный смысл» эталона, причем первые две подсистемы могут предопределять «то или иное овнешнение» этих ниш;
- 4) символической, единицами которой являются основные (базовые) символы: ими могут быть различные предметы окружающего мира и их признаки, получившие метафорическое переосмысление и/или занявшие нишу эталона.

Вышеперечисленные подсистемы, хотя и являются самостоятельными, находятся в состоянии взаимодействия.

Язык является одним из важнейших признаков нации, он имеет органическую связь с культурой, развивается в ней и выражает её, является её важнейшим транслятором. Язык – феномен, которому присущи

специфичность и уникальность: в нём отражаются все тонкости культуры народа, по-разному фиксируется мир и человек в этом мире [16, с. 174-175].

Действительно, взаимосвязь языка и культуры отражается «в единстве лингвистического и культурологического, в лингвокультурологическом комплексе, состоящем из культурной и лингвистической составляющих» [10, с. 76].

Резюмируя сказанное, обратимся к неоспоримым выводам А.Н. Беляева, которые отражены в следующих тезисах [Там же, с. 78]:

1. Соотношение языка и культуры – чрезвычайно сложный и многоаспектный феномен, и именно в лингвокультурологии объединены существующие в решении этой проблемы подходы.
2. «Отношения между языком и культурой могут рассматриваться как отношения части и целого. Язык может быть воспринят как компонент культуры и как орудие. В то же время язык автономен по отношению к культуре в целом, и он может рассматриваться как независимая автономная семиотическая система, отдельно от культуры, что имеет место в традиционной лингвистике».
3. «Способность языка отображать культурно-национальную ментальность его носителей обусловлена способностью языковых знаков выполнять функцию знаков культуры».
4. «Культура соотнесена с языком через различные концепты».

## **1.2. Особенности культурно-маркированной лексики**

Язык любого этноса невозможно представить без наличия в нём культурно-маркированной лексики. Это закономерность каждой лингвокультуры и неотъемлемая часть национально-культурной специфики её составляющих. В этой связи исследователи подчёркивают: «Своеобразие и уникальность каждого народа находит отражение в истории, обычаях, а также в языке нации, и закрепляется в качестве культурного компонента в словарном

составе языка» [85, с. 542]. Следовательно, «культурно-маркированная лексика имеет глубокую культурную ценность» [67].

Язык, по справедливому утверждению Р. З. Мурясова, «является основной составляющей компонентой культуры, это механизм фиксации, сохранения и репрезентации самой культуры» [66, с. 145], в связи в чем главное место при изучении культур других народов принадлежит именно языку [Там же]. Национально-культурная специфика – важнейший показатель культурной маркированности лексического состава языка. В. Н. Телия подчёркивает, что культурно-национальная специфика – это своего рода «звено», которое соединяет в единую цепь, с одной стороны, «тело знака», а с другой стороны – «знаки национальной и общечеловеческой культуры, освоенной носителем языка» [87, с. 215].

Термин «культурно-маркированная лексика» впервые появился в работах И. Е. Аверьяновой и Н. Е. Меркиш [1; 64] при сопоставлении русского языка с немецким и английским, а также в работах Е.М. Верещагина и В. Г. Костомарова [11]. Такая лексика, как отмечает В. Н. Телия, содержит в своём значении культурный компонент, т.е. она культурно-коннотированная, национально-самобытная, лингвоспецифичная, этнокультуроведческая и лингвострановедчески ценна. И это – самый очевидный знак «языка» культуры [87].

Язык – отражение культуры и ментальности нации. Это известное и всеобщее обоснованное утверждение учёных поясняет тот факт, что в языке содержится национально-культурный код, проявляющийся «наиболее ярко проявляется на уровне культурно-маркированной лексики» [58, с. 900], которая играет двойную роль: с одной стороны, она сохраняет уникальные черты/события общественной жизни этноса, а с другой обеспечивает возможность точного описания/передачи этих событий, способствуя их соотнесению с конкретной этнокультурной общностью [78, с. 111].

Неудивительно, что в круг актуальных задач лингвистики входит «изучение сохранения культурных особенностей народа в коммуникации» [22,

с. 123], ведь, как известно, показателем успешного межкультурного взаимодействия является не просто овладение языком, а учёт «менталитета, культурной специфики и историко-психологических факторов» [Там же]. Специалисты в области переводоведения также указывают на значимость данных фактов. Так, А.М. Суханова, рассматривая особенности культурно-маркированной лексики в рамках переводоведения, рекомендует переводчикам для успешного овладения культурно-маркированной лексикой использовать тексты, отвечающие «принципам культурологической и информационной насыщенности» [86].

Таким образом, под культурно-маркированной лексикой понимается совокупность языковых единиц (слов, словосочетаний, устойчивых выражений), содержащих национально-культурные компоненты значения и отражающих уникальные черты культуры, ментальности и образа жизни определённой этноязыковой общности [22, с. 123]. Такие единицы являются носителями национально-культурной специфики и имеют тесную связь «с национальными реалиями, традициями, историческим и социальным развитием народа» [78, с. 545]

К культурно-маркированной лексике относятся языковые реалии, безэквивалентная лексика, лингвокультуремы, культурно-языковые лакуны, экзотическая лексика, культуремы, культуронимы. Рассмотрим эти термины.

**Языковые реалии** – термин, которым обобщены слова, которые обозначают национально-специфические особенности жизни, быта, традиций и культуры определённого народа (Л.Л. Нелюбин [69], А.В. Федоров [91], Е.М. Верещагин и В.Г. Костомаров [11; 52], Л.С. Бархударов [9], С. Влахов и С. Флорин [12] и др.). Так, С. Влахов и С. Флорин отмечают, что у этих лексических единиц как носителей национального и/или исторического колорита, как правило, не имеется точных соответствий (эквивалентов) в другом языке, и, как следствие, они требуют особого подхода к переводу. Их невозможно перевести «на общем основании» [12, с. 47]. А. В. Фёдоров обосновывает эту данность тем, что подобные реалии национально-

специфичны, являются словами «оригинала» и «обозначают чисто местное явление, которому нет соответствия в быту и понятиях другого народа» [91, с. 152]. Эти важные утверждения перекликаются и с точкой зрения Л. С. Бархударова, определяющего языковые реалии как слова, которыми обозначаются специфичные для данного народа и страны предметы и явления [9, с. 14]. Э.Б. Яковлева подчёркивает особое место реалий среди других видов культурно-маркированной лексики: их «можно отнести к лингвокультурологически значимым единицам», где «степень насыщенности этой единицы национально-культурной информацией» играет решающую роль» [98, с. 53-54].

**Безэквивалентная лексика.** К ней относятся слова и устойчивые словосочетания, у которых полностью или частично отсутствуют соответствия в другом языке. Такая лексика является репрезентантом культурно-специфических особенностей языка (Л.Л. Нелюбин [69], Е.М. Верещагин [11], А.Д. Швейцер [94]).

**Лингвокультуремами** называются комплексные единицы, в которых объединяются лингвистическое и экстралингвистическое содержание и отражаются языковое значение и культурный смысл (В.В. Воробьев [13], С.Г. Тер-Минасова [89]).

Ещё один вид культурно-маркированной лексики – **культурно-языковые лакуны**. О таких лакунах речь может идти в том случае, когда в одном языке отсутствуют лексические эквиваленты для обозначения национальных реалий другого языка. Отсутствие таких эквивалентов обусловлено различиями в культурах (С. Влахов и С. Флорин [12]).

**Экзотическая лексика.** Эта разновидность культурно-маркированной лексики включает в себя слова и выражения, которые необходимо было заимствовать из малоизвестных языков с целью передачи «локального колорита или культурной специфики» характеризуемого предмета/явления (Л.Л. Нелюбин [69]).

Особыми единицами в составе культурно-маркированной лексики некоторые исследователи (В.В. Воробьев [13], В.Г. Гак [17] и др.) называют *культуремы*. Сквозь призму формы, содержания и культурного контекста, объединяющих лингвистическое и экстралингвистическое содержание, данные единицы отражают элементы действительности.

В.В. Кабакчи и Прошина предлагают в составе культурно-маркированной лексики выделять такие единицы, как *культуронимы*. Данные единицы имеют тесную связь с элементами культур, поскольку обозначают уникальные предметы или явления определённой культуры [38; 39]. Т.е. наименования элементов культуры – это культуронимы [38]. Культуронимы классифицируются этими лингвистами на *полионимы* и *идиокультуронимы*. Первые представлены именами существительными и субстантивными словосочетаниями. С их помощью обозначаются элементы окружающей действительности, которые существуют во всех или в подавляющем большинстве этнокультур, поскольку появление таких культуронимов является следствием стремительного развития земной цивилизации (ср., например, такие наименования, как *мир, телевизор, жильё*). Вторые – идиокультуронимы – это уже специфические наименования элементов культур. Этот класс, в свою очередь, подразделяется на исходные, так называемые «свои» наименования специфических элементов внутренних культур, а для его обозначения используется термин «идионимы», и на переводные варианты идионимов, иноязычные, так называемые «чужие», для обозначения которых используется термин «ксенонимы». Очевидно, что если лексические единицы класса «идионимы» являются результатом «первичной вербализации культурного континуума», то лексические единицы класса «ксенонимы» являются следствием вторичной вербализации идионима. И это исследователи демонстрируют на следующем примере двух групп культуронимов сквозь призму русского и английского языков» [39]:

#### I. Идионимы:

(1) *русский язык царь, казак, степь, старовер;*



(2) *английский язык lord, House of Commons, Church of England, pub.*

II. Ксенонимы:

(1) *русский язык лорд, палата общин, Англиканская церковь, паб;*

(2) *английский язык tsar, Cossack, steppe, Old Believer.*

А.Д. Макеева, обобщая трактовки большинства понятий, которыми исследователи называют классы культурно-маркированной лексики, определяет их соотношение, которое выглядит следующим образом [58, с. 902]:

**«реалия»** и **«языковая реалия»** описывают культурно-специфические единицы, отражающие уникальные черты национальной культуры, с акцентом на их функциональную и лексическую уникальность ⇒ **«культуроним»** и **«культурема»** расширяют понятие реалий, включая более широкий спектр языковых и культурных компонентов, связанных с обозначением и передачей культурного контекста ⇒ **«лингвокультурема»** синтезирует лингвистическое и экстралингвистическое содержание, создавая основу для анализа единства языка и культуры в межкультурной коммуникации.

Таким образом, неиссякаемая актуальность исследования культурно-маркированной лексики обусловлена тем, что её изучение:

- а) способствует пониманию, правильной интерпретации менталитета, традиций и обычаев различных этнокультур;
- б) формирует необходимые компетенции (межкультурную, социокультурную и др.), значимые для осуществления межкультурной коммуникации, тем самым участвуя в гармонизации этой коммуникации;
- в) способствует сохранению и передаче культурного наследия, поскольку чрезвычайно важно знать информацию об уникальных

особенностях определённой национальной культуры, что как раз и отражено в рассматриваемой лексике;

г) позволяет преодолевать трудности перевода ввиду наличия безэквивалентных единиц и сложности в восприятии культурных реалий.

Таким образом, «культурно-маркированная лексика, являясь носителем национально-культурных компонентов значения, представляет собой ключевую категорию для изучения взаимосвязи языка и культуры» [58, с. 902].

К. Прокопенко, обобщая точки зрения различных учёных к пониманию культурно-маркированной лексики и её состава, даёт следующее определение: культурно-маркированные единицы – это такие слова, которые обладают «экстралингвистическим фоном и вследствие этого являющиеся источником социокультурной информации о стране изучаемого языка» [79, с. 202].

Как видим, единообразия в существующих дефинициях и классификациях культурно-маркированной лексики нет, и этот факт, как подчёркивают исследователи, указывает на актуальность «изучения места и роли лексики с культурной составляющей в языковой системе» [73, с. 162].

Культурно-маркированная лексика представляет собой совокупность лексических единиц, являющихся непосредственными носителями информации о специфических чертах культуры данной языковой общности. Язык, являясь отражением культуры ментальности нации, содержит национально-культурный код. Национально-культурная маркированность лексики отражает особенности менталитета и ценностные ориентации – то своеобразие, которое отличает одно лингвокультурное пространство от другого.

Исследование отражения культурного компонента языковыми единицами, как правило, связано с единицами лексической системы как главным инструментом номинации. Исследователи, сопоставляя лексико-семантические системы различных языков, выделяют в них лингвоспецифические явления, присущие определённому языку. При этом

сравнению подлежит культурно маркированная лексика, обозначающая всевозможные реалии (матрёшка, самовар в русской культуре). Культурологическая маркированность может быть обусловлена расхождением объёма какого-либо понятия, выражаемого данной лексической единицей [10, с. 77]. Показательным в этом отношении является замечание Е. В. Падучевой о том, что понятия, являющиеся фундаментальными для модели одного мира, могут отсутствовать в другом мире [72, с. 21].

Вообще способность лексической единицы быть культурологически окрашенной заложена в ней на онтологическом уровне, поскольку характер передаваемой ею лексико-семантической информации бывает очень сложным» [10, с. 77], она «включает в себя не только лексическое значение, но и прагматическую и синтаксическую информацию, отражающую требования данной лексемы к ситуативному и языковому контексту» [45, с. 79]. Культурологическая маркированность лексических единиц, а значит, их национально-культурная специфика, «связана с особенностями лексической семантики, парадигматическими и синтагматическими связями, существованием слова в синхронии и диахронии» [10, с. 77]. В русском языке, например, национально-культурной спецификой значения обладают названия изделий из теста: *хлеб, калач, кулич, каравай, кисель, крендель, пряник, бублик, сайка, оладья*; названия первых блюд: *тюрю, щи, уха*; напитков: *мёд, пиво* [98, с. 62].

Таким образом, культурно-маркированная лексика представляет собой совокупность лексических единиц, являющихся непосредственными носителями информации о специфических чертах культуры данной языковой общности.

Язык, являясь отражением культуры ментальности нации, содержит национально-культурный код.

Национально-культурная маркированность лексики отражает особенности менталитета и ценностные ориентации – то своеобразие, которое отличает одно лингвокультурное пространство от другого.

### 1.3. Напитки как элемент русской кухни

Пищевым традициям различных народов мира в настоящее время уделяется значительное внимание. Об этом свидетельствуют защищённые диссертации, опубликованные монографии, сборники статей, конференции [7; 28-30; 46-49; 63; 65; 99], актуализация в исследовании пищи как значимого компонента традиционных культур объясняется тем, что именно данный компонент отражает национальные традиции, является наиболее устойчивым и «сохраняется даже в условиях полной деформации других компонентов этнической культуры» [65, с. 133].

Вслед за П.А. Амбаровой отметим, что «традиционная кухня всегда остаётся «маркером межкультурных различий» [6, с. 154.], в связи с чем в аспекте лингвистических исследований элементы национальной кухни рассматриваются с учётом национально-культурной специфики лексических единиц, называющих эти элементы, репрезентирующие их. Такие репрезентанты относятся, как известно, к разряду бытовой лексики, следовательно, их изучение позволяет получить представления о языковой картине, ретранслирующей особенности народного быта. В известном «Домострое», например, можно встретить немало рекомендаций о приготовлении традиционных блюд.

Важно подчеркнуть, что наименования элементов национальной кухни исследователи относят к числу культурных и/или лингвокультурных кодов. Так, по справедливому утверждению исследователей, пища (еда) – это тот самый культурный феномен, который «цементирует всю пирамиду человеческих потребностей и тем самым обеспечивает её целостность и рефлектирует «само существование человека в его разнообразных художественных образах и иных ипостасях, при этом способом подобной рефлексии выступает код, в свою очередь, представляющий феномен семиотики» [70, с. 124].

Под лингвокультурных кодом понимается такой культурный код, который обрёл «естественно-языковое воплощение». Такие коды имеют национально-культурную специфику и вместе с родным языком усваиваются всяким носителем определённой этнолингвокультуры с ранних лет [84, с. 126]. Культурных кодов, получивших репрезентацию в языке, чрезвычайно много. Что же касается национальной кухни, то здесь, например, В.А. Маслова особое место отводит «густальному (вкусовому) и гастрономическому кодам как базовым способам кодирования человеческой потребности в видовом выживании» [61, с. 137].

Е. В. Капелюшник рассматривает феномен лингвокультурного гастрономического кода как кулинарный код культуры, представляющий собой систему «...образных и символических смыслов», которые связаны с блюдами традиционной кухни, а также их функционирование на бытовом и сакральном уровнях» [41, с. 20]. Исследователь полагает, что «...кулинарный код культуры нашел свое отражение в семантике образных средств языка и в системе образов, составляющих концептуальное содержание общезыковой образной системы. Пищевая традиция, обретая в языке образное (эталонные и стереотипы) и символическое (символы) значение, наполняется вторичным значимым содержанием, формирует образный вербальный код культуры, содержательно соотносимый с другими способами воплощения кулинарного кода в национальной культуре (акциональный, ритуальный, обрядовый)» [41; 42].

В продолжение рассуждения отметим, что к подобным кодам вполне можно отнести напитки, свойственные для русской гастрономической традиции. Вообще напитки занимают особую нишу в любой национальной картине мира. В русской кухне они – особый элемент: с ними связано множество традиций и ритуалов. В работе В.М. Жирова, С.Ю. Макарова, С.С. Макарова и О.П. Пресняковой «Забытые рецепты русских напитков» [32, с. 26] приводится перечень напитков, которые, согласно материалам проанализированных авторами старинных российских источников, считаются

исконно русскими. Среди них: *огуречный рассол, сок квашеной капусты, морсы, квасы, брусничная вода* и другие ягодные *водички, меды* простые и с пряностями. Из старинных русских напитков – *горячего сбитня, кваса, водиц* (или *водичек*) – сегодня сохранился лишь *квас*. Резюмируя результаты своих исследований, специалисты констатируют, что среди напитков популярными в России на протяжении далеко не одного столетия были именно *водички* (или *водицы*) [32; 57]. Этим старинным русским термином обозначали натуральные прохладительные напитки, которые готовили из ягодных соков (клюквы, морошки, малины, земляники, красной и черной смородины, крыжовника, ежевики, черники) с добавлением небольшого количества сахара или меда, а после это всё разводили кипяченой водой. Для стабилизации водичек применяли спирт, поскольку они не были стойкими и быстро теряли свой аромат. Кроме того, спирт способствовал сохранению цвета [32].

*Брага, варенуха, вино, вода, квас, кисель, молоко, пиво, рассол, сбитень, сженка* – всё это традиционные для русской культуры напитки. И значимость перечисленных напитков в русской языковой картине мира подтверждается их ритуальными функциями, особенностями традиций, ежедневного быта и др. (ср.: кисель относится и к ежедневной пище, и к ритуальной (например, поминальная еда). Винопитием, например, издавна сопровождаются свадьбы, похороны, рождение детей. Ср. пословицы, приведённые в словаре В. Даля «Пословицы русского народа»: *«Быть на свадьбе, да не быть пьяну – грешно»*; *«Пей, чтобы курочки велись, а пирожки не разчинивались»*. Или отрывки из разных русских народных сказок, приведённые в сборниках А.Н. Афанасьева, В.П. Аникина, Д.С. Лихачёва, Т.Н. Михельсона и др.: *«Сыграли свадьбу царевны с Иванушкой и сделали пир на весь мир. Я там был: мед, пиво пил; по усам текло, а в рот не попало»* («Сивка-Бурка»); *«Тотчас нашлись добрые люди: и могилу вырыли, и гроб смастерили; старик послал невестку купить вина, и кушаньев, и закусок разных – всего, как должно быть на поминках. А сам взял червонец в руку и потащился опять к попу. После похорон просит его старик к себе помянуть покойницу. Вот пришли в избу, сели за*

*стол, и откуда что явилось – и вино-то, и кушанья, и закуски разные – всего вдоволь!» («Клад»); «Опустил их Иванушка-дурачок в прорубь и погнал домой пиво допивать да братьев поминать» («Иванушка-дурачок»)*

О том, что напитки в русской культуре являются существенным фрагментом национальной картины мира, свидетельствуют произведения устного народного творчества: пословицы, поговорки, былины, сказки. Так, в русских народных сказках напитки выполняют различные значимые функции, от применения/употребления тех или иных напитков зачастую зависят судьба и жизнь человека. Ср., например, функции *мёртвой и живой воды*, где первая оказывает заживляющее воздействие, а вторая возвращает главного (как правило, положительного) героя к жизни; или символизм *молочных рек и кисельных берегов*, означающих вымышленную страну с господствующими в ней изобилием, достатком, благополучием или собственно название реки; или торжественный и счастливый финал сказок с концовкой *«И я там был, мёд, пиво пил...»* и мн. др.

В русской лингвокультуре множество образных сравнений, фразеологизмов, пословиц и поговорок, элементами которых являются наименования напитков. Например: *седьмая вода на киселе* (о человеке, который находится в крайне отдалённом родстве с кем-либо); *кровь с молоком* (о здоровом человеке); *за семь вёрст киселя хлебать* (очень далеко); с хлеба на квас перебиваться (жить бедно); *неволя пьёт медок, а воля водицу* (очевидная оппозиция «воля – неволя») и др.

В былинах и сказках чаще упоминаются *мёд (питьица медвяные)*, *вино (зелено вино)*, *брага, пиво*. Наименованиями *«зельено вино»*, *«зелено вино»*, *«хмельное вино»*, *«зелье пагубное»* называли любой вид хлебного вина, которое было сдобрено разнообразными травами. «Зельено вино» – именно этот термин считался правильным для водки данной группы. Это связано с происхождением слова «зельено» от церковно-славянского «зелье», что значит «трава», т. е. водка, перегнанная с травами. По наблюдениям специалистов, данный термин появился в XV–XVI вв., а в XVIII–XIX вв.

приобрёл эвфемистический смысл: наименование «зелено вино» стало использоваться в качестве определения, которым заменяли официальные или обычные распространённые термины хлебного вина [79, с. 208-209].

В старину славились так называемые *питьица (питье) медвяные*. Они считались лучшим хмельным напитком и готовились из сотового мёда. Ценились также «ставленные» мёды. Обязательными основными их компонентами были малина, вишня, чёрная смородина, ежевика. Исследователи отмечают, что в XV веке под термином «мёд» подразумевался очень крепкий хмельной напиток, который был рассчитан на массового потребителя, а этим массовым потребителем было войско. Интересен тот факт, что пивом первоначально называли любой напиток, а в XII–XIII вв. этим словом стали называть всякий алкогольный напиток. Это – искусственно созданное человеком алкогольное питьё. Касательно современного понимания данного напитка, то для его названия использовали термин «ол» [Там же].

Очевидно, что произведения устного народного творчества отражают коллективные ценностные установки, художественным образом представляют наши обобщенные знания бытовых и бытийных ситуаций стереотипного характера. В целом фольклорная картина мира представляет собой дискурсивный вариант русской общенациональной картины мира в пределах русского языка [96, с. 3].

В русских пищевых традициях, в национальной картине мира напитки занимают особое место. Номинации традиционных напитков нередко являются экспликаторами культурных смыслов и ценностных установок. Их национально-культурная специфика отражается в бытовой, праздничной, религиозной, медицинской и других значимых для человека сферах. Исследования же лингвистической репрезентации культуры питания способствуют выявлению базовых стереотипов нации, связанных «с ценностями в сенсорно-материальной области вкуса, ритуального употребления напитков и др.» [48, с. 202], а ценным материалом для таких исследований являются различные лексикографические источники [49, с. 103].



На материале лексикографических источников, как известно, представляется возможным выявление национально-культурной специфики лексики, которая в русской лингвокультуре называется напитки и относится к классу культурно-маркированной. Анализ напитков как важного элемента русской кухни посвящена следующая глава нашей работы.

## Выводы по 1 главе

1. Язык – является одним из важнейших признаков нации, он имеет органическую связь с культурой, развивается в ней и выражает её, является её важнейшим транслятором. Язык – феномен, которому присущи специфичность и уникальность: в нём отражаются все тонкости культуры народа, по-разному фиксируется мир и человек в этом мире [19, с. 174-175].

2. Культурно-маркированная лексика представляет собой совокупность лексических единиц, являющихся непосредственными носителями информации о специфических чертах культуры данной языковой общности. Язык, являясь отражением культуры ментальности нации, содержит национально-культурный код. Национально-культурная маркированность лексики отражает особенности менталитета и ценностные ориентации – то своеобразие, которое отличает одно лингвокультурное пространство от другого.

3. В русских пищевых традициях, в национальной картине мира напитки занимают особое место, их национально-культурная специфика отражается во всех сферах жизни людей: в бытовой, праздничной, религиозной, медицинской и др. Традиционные для русской культуры напитки являются проводниками представлений о стране, дают значимую информацию о ценностях и традициях русского народа.

4. Исследование лингвистической репрезентации культуры питания способствует выявлению базовых стереотипов русской лингвокультуры, связанных с ценностями в сенсорно-материальной области вкуса, традиций и ритуалов ритуального употребления напитков, а различные лексикографические источники являются ценным материалом для таких исследований. Идеографические, толковые, ассоциативные, фразеологические словари, словари пословиц и поговорок позволяют выявить национально-культурную специфику лексики, называющей напитки и относящейся к классу культурно-маркированной.

## **Глава 2. Наименования напитков по данным словарей русского языка**

### **2.1. Наименования напитков по данным идеографических словарей**

Поскольку идеографические словари как словари активного типа построены по принципу системности, соответствующему «особенностям организации когнитивной системы человека и ментального лексикона» [74, с. 172], в исследованиях лексики, являющейся предметом нашего исследования, такие лексикографические источники чрезвычайно актуальны. Нами были проанализированы «Большой толковый словарь русских существительных. Идеографическое описание. Синонимы. Антонимы» под ред. Л. Г. Бабенко [101], «Русский семантический словарь» (Т. 2: Имена существительные с конкретным значением) под ред. Н. Ю. Шведовой [110], «Русский идеографический словарь: Мир человека и человек в окружающем его мире» под ред. Н.Ю. Шведовой [111]. В результате анализа перечисленных словарей было выделено более 70 наименований напитков. Были выделены группа лексических единиц, называющих алкогольные напитки, и группа лексических единиц, называющих безалкогольные напитки. Рассмотрим эти группы.

#### **1. Алкогольные напитки (по данным идеографических словарей)**

На основе идеографических словарей русского языка были выделены следующие наименования алкогольных напитков:

1. Водка — «алкогольный напиток—смесь очищенного спирта с водой».
2. Настойка – «Водка в виде сладкой жидкости того или иного цвета, получаемая в результате смешивания каких-л, ягод, фруктов или трав и спирта и настаивания этой смеси в течение какого-то времени».
3. Анисовка — «водка, настоянная на пахучем зонтичном растении – анисе».
4. Виски — «крепкая английская водка на ячменном, ржаном или кукурузном сусле».

5. Джин — «Алкогoльнoй напиток, получаемый в результате смешивания ягод можжевельника и водки и настаивания этой смеси определенное время».

6. Ёрш — «Смесь водки с пивом или вином».

7. Зубровка — «Водка, настоянная на душистом луговом злаке – зубровке».

8. Перцовка — «Алкогoльнoй напиток, получаемый в результате смешивания водки с перцем и настаивания этой смеси определенное время».

9. Сивуха — «Неочищенная водка, маслянистая жидкость, побочный продукт перегонки спирта».

10. Старка — «Крепкая выдержанная водка».

11. Ханжа — «Китайская хлебная водка».

12. Вино – «Алкогoльнoй напиток в виде жидкости того или иного цвета (обычно красного розового или желтого), получаемый в результате специальной обработки и брожения винограда, употребляемый для утоления жажды и/или получения вкусового удовольствия, эмоциональной разрядки, чувства радости, удовлетворения, а также повышения жизненной активности».Ср., например, вино «Бордо» – это французское красное вино. Отметим, что как раз французский город Бордо славится виноделием.

13. Бордо — «Французское красное вино».

14. Бормотуха — «Дешёвое плодово-ягодное вино».

15. Вермут — «Виноградное креплёное вино, настоянное на травах, с добавлением сахара».

16. Кагор — «Алкогoльнoй напиток, являющийся сортом красного десертного вина, получаемый в результате обработки особым способом определенного сорта винограда».

17. Лафит — «Алкогoльнoй напиток, являющийся сортом красного вина, получаемый в результате обработки особым способом определенного сорта винограда»

18. Мадера — «Алкогoльный напиток с большим содержанием алкогoля, являющийся сортом белого десертного вина, получаемый в результате смешивания спирта и определенного сорта винограда, (особым образом обработанного) и содержания этой смеси какое-л. время в неполных дубовых бочках на открытых площадях и солариях».

19. Малага — «Алкогoльный напиток в виде сладкой густой жидкости, являющийся сортом красного десертного вина, получаемый в результате обработки особым способом определенного сорта винограда, употребляемый обычно в конце обеда».

20. Мускат — «Десертное вино из мускатных сортов винограда».

21. Портвейн — «Алкогoльный напиток (с большим содержанием алкогoля), являющийся сортом красного вина получаемый в результате упрощенной обработки определенного сорта винограда».

22. Сидр — «Алкогoльный напиток с большим содержанием углекислого газа и небольшим содержанием алкогoля, получаемый в результате брожения яблочного сока и химических добавок».

23. Херес — «Алкогoльный напиток, являющийся сортом красного десертного вина, получаемый в результате обработки особым способом определенного сорта винограда»

24. Чихирь — «Кавказское домашнее красное вино».

25. Шампанское — «Игристое виноградное вино, насыщенное углекислым газом».

26. Наливка — «Алкогoльный напиток в виде сладкой жидкости того или иного цвета, получаемый в результате смешивания каких-л. ягод или фруктов и спирта и настаивания этой смеси в течение какого-то времени».

27. Травник — «Настойка на траве».

28. Абрикотин — «Абрикосовый ликёр».

29. Бальзам — «Настойка на травах».

30. Бенедиктин — «Алкогoльный напиток в виде сладкой, густой и ароматной жидкости, являющийся сортом ликера получаемый в результате

смешивания различных сортов ягод, плодов, трав и спирта и настаивания этой смеси определенное время».

31. Вишнёвка — «Алкогoльнoй напиток, получаемый в результате смешивания плодов вишни и водки и настаивания этой смеси определенное время».

32. Ликёр – «Сладкий пряный спиртной напиток из фруктовых и ягодных соков, настоев трав».

33. Рябиновка — «Алкогoльнoй напиток в виде пенистой жидкости красного цвета, обычно сладкой, получаемый в результате смешивания ягод рябины и спирта и настаивания этой смеси в течение какого-то времени».

34. Сливянка — «Наливка, настоянная на сливах».

35. Коньяк — «Крепкий алкогoльнoй напиток, получаемый смешением виноградных (коньячных) спиртов разных сроков выдержки».

36. Ром — «Алкогoльнoй напиток, получаемый в результате смешивания специальной обработки перебродившего сока или патоки из сахарного тростника».

37. Самогон — «Алкогoльнoй напиток, приготавливаемый в домашних условиях путем смешивания, а затем термической обработки, злаков или корнеплодов с сахаром и дрожжами».

38. Пиво — «Алкогoльнoй напиток (обычно с небольшим содержанием алкогoля) в виде пенистой жидкости коричневого или желтого цвета, получаемый в результате смешивания яичного солода (продукта из проросших и молотых зерен хлебных злаков), плодов хмеля и воды и настаивания этой смеси какое-л. время, употребляемый для утоления жажды и/или получения вкусового удовольствия, эмоциональной разрядки, чувства радости, удовлетворения, а также повышения жизненной активности».

39. Портер — «Очень крепкое английское чёрное пиво».

40. Горячие алкогoльнoе напитки

41. Глинтвейн — «Горячий напиток из красного вина с сахаром и пряностями».

42. Грог — «Горячий напиток из рома и коньяка, смешанных с кипящей водой и сахаром».

43. Жжёнка — «Горячий напиток из рома и коньяка с добавлением сахара, пряностей, приготавливаемый за столом».

44. Запеканка — «Наливка из ягод с пряностями, приготавливаемая на жару».

45. Пунш — «Алкогольный напиток, получаемый в результате смешивания рома, воды или какого-л. сока, сахара, фруктовых приправ и доведения этой смеси до кипения, употребляемый обычно в горячем виде для получения вкусового удовольствия, эмоциональной разрядки, чувства радости, удовлетворения, а также для повышения жизненной активности».

Относительно первой из перечисленных групп отметим, что в неё вошли, прежде всего, напитки, в основе которых – спирт, т.е. спиртные напитки, являющиеся одними из самых распространённых. Отметим, что в группе данных напитков базовой выступает лексема «алкоголь», а в «Русском семантическом словаре» [110] зафиксировано несколько синонимичных данной лексеме наименований: *спиртное*, *хмельное* и *выпивка*, где значения первых двух толкуются как «алкогольный напиток», а третье – выпивка – как «спиртные напитки, вино».

Исходя из этого, в «Русский семантический словарь» выделяются три группы напитков: на основе водки (соответственно, и базовой лексемой-идентификатором «водка»), наименования вина или напитки на основе вина (соответственно, с идентификатором «вино») и другие напитки, отличные от двух названных групп.

Всего в результате анализа идеографических словарей были выделены следующие группы: водка, вино, другие алкогольные напитки:

1. В группу напитков с идентификатором «водка» вошли следующие наименования: *водка*, *настойка*, *анисовка*, *виски*, *джин*, *ёрш*, *зубровка*, *перцовка*, *сивуха*, *старка*, *ханжа*.

Среди перечисленных лексем именно *водка* носит константный характер. Этот алкогольный напиток представляет собой смесь очищенного спирта и воды.

2. В группу напитков с идентификатором «вино» вошли наименования «Бордо», *бормотуха*, «Вермут», «Кагор», «Лафит», «Малага», «Сидр», «Мускат», «Портвейн» и др.

Собственно *вино* представляет собой алкогольный напиток в виде красной, розовой или жёлтой жидкости. Данный напиток получается в результате специальной обработки и брожения винограда. Примечательно, что вино, согласно словарным дефинициям, предназначено «для утоления жажды и/или получения вкусового удовольствия, эмоциональной разрядки, чувства радости, удовлетворения, а также повышения жизненной активности» [110].

В анализируемой группе очевидно большое количество заимствований. Ср., например, вино «Бордо» – это французское красное вино. Отметим, что как раз французский город Бордо славится виноделием. «Бордо», «Кагор», «Вермут», «Портвейн» относятся к числу достаточно известных алкогольных напитков. «*Кагор*» – слово французского происхождения (по названию региона Каор); *коньяк* – калька с названия французского города; *портвейн* в переводе с немецкого – «вино города Порту»; *мадера* от названия португальского острова Мадейра.

3. В третью группу вошли наименования алкогольных напитков, в которых нет чёткого идентификатора, например: *наливка*, *травник*, *вишнёвка*, *рябиновка*, *сливянка*, *ликёр*, *коньяк*, *ром*, *самогон*, *пиво*, *глинтвейн*, *пуни* и др.

В данной группе встречаются наименования напитков, в основе которых – смесь ягод/фруктов и спирта, которая проходит процесс настаивания. Такими напитками являются *наливка*, *рябиновка* (на основе рябины), *вишнёвка* (на основе вишни) и т.п. Общеизвестным алкогольным напитком является *самогон*. Этот алкогольный напиток приготавливается в домашних условиях на основе злаков или корнеплодов, которые смешиваются с сахаром и



дрожжами, а после проходят термическую обработку [Там же]. Очевидно, что лексема *самогон* состоит из определительного местоимения «сам» и отглагольного существительного «гон». При этом, как известно, данный напиток не относится к числу исконно русских, поскольку практически в каждой стране есть свои традиции самогонварения. Отличаются только названия самогона, что естественно и закономерно. Этот напиток изготавливается из зерновой, сахарной или фруктовой браги, которая перегоняется через специальный аппарат, далее проходит через фильтр, после чего готов к употреблению. Некоторые любители самогонварения улучшают вкусовые качества напитка, используя разные специальные добавки.

В анализируемую группу лексики входят также слабоалкогольные напитки (*пиво, портер*) и горячие алкогольные напитки (*глинтвейн, грог, пуни, запеканка, жженка* и др.). «Русский семантический словарь» даёт такое толкование пива: пиво – это «алкогольный напиток (обычно с небольшим содержанием алкоголя) в виде пенистой жидкости коричневого или желтого цвета, получаемый в результате смешивания яичного солода (продукта из проросших и молотых зерен хлебных злаков), плодов хмеля и воды и настаивания этой смеси какое-л. время, употребляемый для утоления жажды и/или получения вкусового удовольствия, эмоциональной разрядки, чувства радости, удовлетворения, а также повышения жизненной активности» [110]. *Портер* – это тёмное английское пиво, которое считается очень крепким.

В составе горячих напитков, как правило, должны быть горячая вода и сахар. Так, *глинтвейн* изготавливают из красного вина с добавлением сахара и пряностей», а *грог* – из рома и коньяка, которые смешивают с кипящей водой и куда также добавляют сахар. *Пуни* получается при смешивании «рома, воды или какого-л. сока, сахара, фруктовых приправ и доведения этой смеси до кипения» [Там же]. Примечательно, что назначение практически всех алкогольных напитков состоит в получении «вкусового удовольствия, эмоциональной разрядки, чувства радости, удовлетворения», а также в повышении «жизненной активности» [Там же].

Встречаются заимствованные наименования, значения которых связаны с ингредиентами напитка. Например, *вермут*, что в переводе с немецкого, из которого слово и вошло в состав русского языка, означает «полынь».

Одним из известных напитков является *зубровка*. Данная лексема характерна для восточнославянских языков, а сливовица – алкогольный напиток, настоянный на сливе, – лексема, характерная для сербского, словенского, хорватского, македонского, польского, чешского, венгерского, болгарского языков.

Семантика некоторых заимствованных наименований указывает на те или иные качественные характеристики напитков. Так, лексема «*глинтвейн*» была заимствована из немецкого языка и в лексикографических источниках русского языка фиксируется как «горячий алкогольный напиток со специями», что перекликается с этимологией данной лексемы – «пылающее вино» [Там же].

Ю.С. Степанов рассматривает водку как константу русской культуры. Он обращает внимание на дефиницию данного напитка в России. Так, в XVIII веке дефиниция водки включала в себя два понятия – виноградное вино и хлебное вино (=водка). В настоящее время, как известно, это совершенно разные понятия. В XIX веке под водкой уже понимали спиртной напиток, полученный в процессе соединения спирта с водой. Ю.С. Степанов пишет: «В результате проведенных исследований Д.Н. Менделеева с конца XIX века русской водкой стал считаться лишь такой продукт, который представлял собой зерновой (хлебный) спирт, перетроенный и разведенный затем по весу водой точно до 40 градусов. Этот менделеевский состав водки и был запатентован в 1894 году правительством России как русская национальная водка» [113, с. 311].

Водка воспринимается в коллективном сознании русского народа как часть национальной культуры, что составляет специфику лексико-тематической группы «напитки» [23; 24]. Это объясняется тем, что водку, ее производство и особенности употребления всегда связывали с Россией, с

русским народом. В русской культуре водка служит своего рода продуктом-идентификатором так называемой «русскости», характерной для нации в целом» [26, с. 4].

Водка – это крепкий алкогольный напиток, его потребляют ради алкогольного опьянения. Как писал Ю.С. Степанов, «в таком виде это слово и предмет входит в русскую культуру и составляет в ней прискорбно тесную «связку» «водка – пьянство». Именно в факте этой связки лежит ключ к пониманию их истории и места в русской культуре» [113, с. 292]. Ср. примеры из Национального корпуса русского языка (далее НКРЯ):

- *«Закуска и выпивка явились как по щучьему веленью: и водка, и настойка, и тенериф, и капуста, и грибочки, и огурчики».* (Д.Н. Мамин-Сибиряк, Золото);
- *«А для легкости прохода в нутро каждый блин поливается разнообразными водками сорока сортов и сорока настоев. Тут и классическая, на смородинных почках, благоухающая садом, и тминная, и полынная, и анисовая, и немецкий доппель-кюммель, и всеисцеляющий зверобой, и зубровка, настойка на березовых почках, и на тополевых, и лимонная, и перцовка, и... всех не перечислишь».* (А.И. Куприн, Юнкера);
- – *«Что ж, говорит, я с моим удовольствием!» И начали они вдвоем Скачкова усовещивать: «И что это ты все шампанское да шампанское — ты водку пей!* (М.Е. Салтыков-Щедрин, Благонамеренные речи);
- *Меня подвели к столу, и я тоже должен был пить водку, то есть спирт, наполовину разведенный водой, и очень плохой коньяк, и есть жесткое мясо, которое жарил и подавал к столу ссыльнокаторжный Хоменко, хохол с черными усами».* (А.П. Чехов, Остров Сахалин);

- *«Да по ведру бы водочки», – / Прибавили охочие / До водки братья Губины, / Иван и Митродор». (Н.А. Некрасов, Кому на Руси жить хорошо);*
- *«Засим, подошедши к столу, где была закуска, гость и хозяин выпили как следует по рюмке водки, закусили, как закусывает вся пространная Россия по городам и деревням, то есть всякими соленостями и иными возбуждающими благодатями, и потекли все в столовую; впереди их, как плавный гусь, понеслась хозяйка». (Н.В. Гоголь, Мёртвые души).*

Что касается вина, то, как показывает НКРЯ, в поэзии вино чаще всего имеет положительные оценки, а в прозе – и положительные, и отрицательные. Например, выражение *«утопить печаль (скуку/горе) в вине»* – одна из общеизвестных метафор, которая встречается в произведениях многих поэтов и писателей. Например: *«Это безобразие нравилось Гордею Евстратычу, который хотел в вине утопить свое горе и пьяный принимался несколько раз плакать»* (Д.Н. Мамин-Сибиряк, Дикое счастье).

В поэзии нередко к лексеме «вино» встречаются эпитеты аксиологического плана, имеющие положительную коннотацию. Ср.: вино: *доброе* (Г.Р. Державин, А.Д. Кантемир), *преславное* (В.К. Тредиаковский), *драгоценное, прекрасное* (Г.Р. Державин), *дорогое* (Г.Р. Державин, А.Д. Кантемир), *хорошее, священное, житильное, животворное* (Н.А. Львов).

Культура вина в России в определённой мере аналогична культуре вина в других странах. Как и во всех странах, вино выполняет важную социализирующую функцию. Распитие алкоголя выступает сложным механизмом регуляции человеческих отношений и имеет ярко выраженную ритуальную окраску. Вино выполняет и важную коммуникативную функцию: оно регулирует социальные отношения.

Одной из важнейших специфических черт русской традиции винопития можно считать амбивалентное отношение к алкоголю. Двойственность выражается в противостоянии негативной оценки алкоголя в официальной

культуре и положительной оценке его в культуре народной. Выявилась и национальная специфика, на первый взгляд, одинаковых напитков. Особенно это различие прослеживается в подгруппе «водка». В русской лингвокультуре водка – идентификатор «русскости», она тесно связана с феноменом пьянства. Наименования с идентификатором «вино» в РЯКМ – это напитки, употребляя которые люди получают удовольствие, поднимают настроение, ощущают праздничность, и это, как показали материалы НКРЯ, нашло отражение в художественной литературе.

Вино выходит за рамки своей основной функции – пищевого продукта. Оно выполняет особую культурную функцию, оказывает большое влияние на всю культуру в целом.

## **2. Безалкогольные напитки (по данным идеографических словарей)**

Опираясь на перечисленные выше идеографические словари, нами было выделены следующие наименования безалкогольных напитков, актуальных в русской гастрономической культуре.

Какао — «Напиток в виде сладкой жидкости светло-коричневого цвета — получаемый в результате смешивания кипящей воды с темно-коричневым порошком из семян тропического дерева, с сахаром и употребляемый для утоления чувства жажды или голода и/или получения вкусового удовольствия, а также для повышения жизненной активности»

Кофе — «Ароматный питательный напиток из зёрен тропического растения (кофейного дерева), обжаренные и молотые зёрна, из к-рых готовится этот напиток».

Чай — «1. Высушенные и специально обработанные листья тропического вечнозелёного растения. 2. Напиток, настоянный на высушенных, измельчённых листьях тропического вечнозелёного растения чая».

Шоколад — «Напиток в виде густой темно-коричневой массы, получаемый в результате смешивания порошка из семян какао с сахаром, пряностями, молоком и варки этой смеси определенное время».

Боржом — «Лечебная минеральная вода».

Газировка — «Газированная вода».

Эссентуки — «Минеральная лечебная вода».

Квас — «Напиток, настаиваемый с дрожжами на ржаном или ячменном солоде, а также на ржаном хлебе, сухарях».

Кока-кола — «Тонизирующий прохладительный напиток».

Крем-сода — «Сладкий прохладительный напиток».

Лимонад — «Лимонный прохладительный напиток».

Медовуха — «Медовый напиток».

Минералка — «Минеральная вода».

Морс — «Сладкий прохладительный напиток из фруктового или ягодного сока, разбавленного водой».

Нарзан — «Лечебная минеральная вода».

Пепси-кола — «Тонизирующий прохладительный напиток».

Сельтерская вода (устар) — «Минеральная щёлочно-соляно-углекислая столовая вода, а также аналогичная искусственная вода; вообще всякая столовая минеральная вода».

Ситро — «Напиток в виде сладкой жидкости того или иного цвета, получаемой в результате смешивания воды и какого-л. фруктового сока, добавления различных красящих и других химических компонентов, употребляемый обычно в охлажденном виде для утоления жажды и / или получения вкусового удовольствия, а также повышения жизненной активности».

Сок — «Напиток в виде сладкой или кислой жидкости того или иного цвета, получаемый в результате смешивания жидкости, отжимаемой из фруктов, ягод, овощей, с водой и сахаром, употребляемый для утоления

жажды и / или получения вкусового удовольствия, а также для повышения жизненной активности.

Сусло — «Сок винограда, получаемый после отжимки, прессования».

Сыта — «Медовый напиток».

Тоник — «Тонизирующий напиток (бодрящий, поднимающий тонус)».

Щербет — «Восточный сладкий прохладительный напиток».

### ***Молочные напитки***

Молоко — «1. Белая жидкость, выделяемая грудными железами женщин и самок млекопитающих после родов для вскармливания младенцев, детёнышей. Грудное м. (женское). Козье, коровье, овечье, кобылье, верблюжье, ячье м.»

Ацидофилин — «Густой напиток, получаемый заквашиванием молока специальными бактериями».

Варенец — «Квашеное топлёное молоко».

Кефир — «Густой напиток из перебродившего коровьего молока, заквашенного на специальных грибках».

Кумыс — «Кислый молочный напиток из кобыльего молоко (реже коровьего и верблюжьего), крепкий (с небольшим содержанием спирта)».

Простокваша — «Густое закисшее молоко».

Ряженка — «То же, что варенец».

Сгущёнка — «Сгущённое молоко».

Сыворотка — «Жидкий отстой свернувшегося молока»

Наименования безалкогольных напитков можно разделить на следующие группы:

1. Горячие напитки (соответственно, продукты для их приготовления): *чай, кофе, какао, шоколад.*
2. Прохладительные, тонизирующие и лечебные напитки: *квас, медовуха, газировка, лимонад, сельтерская вода (устар.)* и др.

3. Молочные напитки: *молоко, кефир, ряженка, варенец, простокваша* и др.

Нельзя не заметить, что в составе безалкогольных напитков выделяются такие, которые являются универсальными для мировой культуры. Среди них *кофе, чай, молоко*, некоторые прохладительные напитки (*тоник, соки, пепси-кола, кока-кола, минеральная вода* и др.). Кроме того, в ряде наименований обнаруживается национально-культурная специфика (*квас, кисломолочные продукты*). Особо отметим лексему «чай», поскольку он занимает особое, национально-специфическое место в русской культуре.

Полный список безалкогольных напитков и их дефиниций, сформированный в результате выборки из идеографических словарей, представлен в Приложении. Безусловно, все выделенные наименования актуальны в русской гастрономической культуре, однако не каждое из них можно отнести к классу культурно-маркированной лексики, которая представляет интерес в рамках настоящей работы и является предметом нашего исследования. Ввиду вышесказанного мы сделали акцент на лексемах *чай, квас, молоко, сыта, медовуха*. Подробнее остановимся на этих наименованиях.

Рассмотрим особенности русского чаепития.

В идеографических словарях даётся два значения лексемы «чай» [100; 101; 110]:

1. Высушенные и специально обработанные листья тропического вечнозелёного растения.
2. Напиток, настоянный на высушенных, измельчённых листьях тропического вечнозелёного растения чая.

Отметим, что и само *чайное дерево* также является значением лексемы «чай», что подтверждается дефинициями из толковых словарей (см. МАС [112]). Следовательно, у лексемы «чай» зафиксировано три значения:

- 1) чайное дерево;
- 2) чайный лист;



3) напиток из чайных листьев.

В русской лингвокультуре слово «чай» характеризуется высокой культурной маркированностью и информативностью. Как известно, его появление в России стало результатом заимствования из Китая. Несмотря на заимствованный характер, данный напиток в русской культуре создал специфическое лингвокультурное пространство. В русской культуре существуют свои традиции застольного чаепития.

Употребление чая на Руси началось в первой половине XVII века. Известно несколько версий появления этого напитка в русской гастрономической культуре, и данные версии достаточно подробно описаны в различных энциклопедических источниках, в научных статьях, в материалах диссертационных исследований, поэтому мы ограничимся тем, что напомним лишь некоторые известные факты. Во-первых, достоверны сведения о том, что в 1638 году монгольский Алтан-хан Кучкун сделал чайный подарок (четыре пуда чая) царю Михаилу Фёдоровичу через посла Василия Старкова. Это был ответ на дары (соболя и др.), которые привезли русские послы. Посол Василий Старков отказывался от такого подарка, поскольку не считал его равноценным, и был удручён такой неудачной сделкой. Однако московскому царю понравился напиток, и в результате в Россию из Северного Китая стал регулярно ввозиться чай, который был в то время очень дорогим и его могли себе позволить состоятельные люди.

Ранее, до появления чая на Руси, заваривали листья смородины, земляники, малины, цветы липы, Иван-чая и другие травы. Русские понимали толк в травяных чаях, настоях и отварах. К XIX веку чай стал доступен всем слоям населения, и изначально данный напиток использовался в лекарственных целях.

Постепенно чайные церемонии в России наполнились русским колоритом, добавился свод правил и обычаев, который стали называть русской чайной традицией.

Е.С. Коваль в работе «Культурные традиции русского чаепития» [45] подробно, в историко-культурном аспекте описал традиции русского чаепития. Примечательно, что чай стал не столько напитком для потребления, а поводом для общения. Возникла так называемая купеческо-помещичья культура чаепития, когда чай подавался в самоваре, который считался главным атрибутом чайной церемонии, а к чаю всегда было большое количество сладостей. Посиделки за чаем стимулировали формирование музыкального жанра «романс». Кроме того, возникла субкультура русского чайного общепита, появилось множество чайно-питейных заведений [45, с. 182].

Обширнейшие территории России и её многонациональный состав оказали влияние на формирование русских, отличных от других особенностей русского чаепития. Мода на чай пошла по всему государству, и в первую очередь – в Сибирь. Постепенно здесь сложилась своя культура потребления этого напитка. Вот как пишет об этом Е.П. Ермачкова: «В основном сибиряки привыкли пить чай с сахаром «прикуску». Иногда один кусочек смаковали на протяжении всей церемонии, откусывая совсем понемножку, показывая тем самым свою воспитанность и остаток (мол, мы такой же дома каждый день едим). Говорили, что «*Чай – малый не глупый, но без сахару и он дурак*», «*Чай у нас китайский, сахарок хозяйский*». Окончив пить чай, оставшийся кусочек рафинада пристраивали на блюде» [28, с. 22]. В русском чаепитии, прежде всего, важна компания.

Ещё один значимый для русской гастрономической культуры напиток – **квас**. Его традиционно считают русским напитком. Среди напитков, которые были распространены на Руси в средние века, одним из самых популярных был, пожалуй, квас. При описании быта русского народа иностранцы, попавшие в Россию впервые, довольно много внимания уделяли гастрономическим предпочтениям русских. Квас зафиксирован многими английскими путешественниками XVI века. Это слово отмечено у Р. Ченслера, Дж. Гасса, Дж. Турбервилля и Дж. Флетчера. Английские путешественники,

определяя квас как один из главных русских напитков, сравнивая его с английским элем, см. подробнее об этом [67].

Русское слово квас имеет многочисленные индоевропейские соответствия. М. Фасмер определяет его родственным латинскому *caseus* — «сыр», албанскому *kos* — «кислое овечье молоко», далее др.-инд. *kv< thati* — «кипятит, варит», *kv~thas* — «отвар», гот. *hvayŕ* — «пена» [116, с. 218]. Индоевропейские связи только указывают на то, что слово квас семантически связано с процессом брожения, однако другие индоевропейские языки не указывают на возможность употребления этими народами напитка, близкого или тождественного по своим свойствам к русскому квасу.

На Руси квас появился чуть более тысячи лет назад, хотя восточные славяне владели знаниями о приготовлении кваса еще задолго до образования Киевской Руси. На Руси первое письменное упоминание о квасе как напитке относится ко времени крещения Руси. Первые официальные источники, датируемые 989 г., гласят: «...после крещения князь Владимир I Святославович приказал раздать народу пищу, мед и квас». На Руси квас стали употреблять ежедневно и повсеместно. Он был доступен всем: его готовили крестьяне и монахи, военные и помещики. Считалось, что квас не только утоляет жажду, но и снижает усталость. Хлебный квас имеет приятный вкус и аромат, тонизирует, благотворно действует на процессы пищеварения.

За многовековую историю приготовления квасов русский народ накопил много рецептов приготовления этого напитка. В своей основе они сводились к следующему: для разных сортов кваса брали смесь солода, ржаной, пшеничной или какой-либо другой муки, в определенных пропорциях, засыпали в деревянную кадку и заваривали кипящей водой.

Издавна были известны секреты производства кислого, сладкого, мятного, крошечного, душистого, суточного кваса.

Впервые в Советском Союзе появились желтые бочки с квасом на улицах городов. Именно тогда были созданы теплоизолированные цистерны на колесах. Благодаря высоким питательным свойствам, квас употребляют в

пост. В голодные годы именно этот напиток многих спас от истощения. Многие из этих секретов приготовления кваса удалось сохранить и донести до наших дней.

Касательно кисломолочных продуктов отметим, что идеографические словари фиксируют их внушительное количество. Полный список, который нами сформирован по материалам данных словарей, представлен в Приложении. Мы хотели бы акцентировать внимание на тех напитках, лексические репрезентанты которых обладают национально-культурной спецификой. Самым же популярным из кисломолочных продуктов в России является кефир. Он получил распространение в середине XIX столетия на Северном Кавказе. Были популярны и другие напитки. У каждого народа – свой. Известно, что русские лечебники в XVII веке рекомендовали кумыс и простоквашу при лихорадке, туберкулезе, брюшном тифе. широкое распространение получил кефир, рецепт приготовления которого долгое время держался в секрете. Население разных стран владело собственными рецептами получения кислого молока. Каждый народ обладал своими заквасками и передавал из поколения в поколение традиции сквашивания молока. К началу XX века в России, помимо традиционной простокваши и кефира, закваска которого к этому времени уже была завезена в европейскую часть страны, стала популярна мечниковская простокваша. Кефир и мечниковскую простоквашу вначале использовали исключительно в лечебных целях, но со временем продукты стали доступными и для массового потребления. Можно сказать, что кисломолочные напитки – это ещё одна группа национальных напитков россиян.

Таким образом, группа номинаций безалкогольных напитков в русской гастрономической культуре включает большое число заимствований. Напиток «чай», экспортируемый из Китая, в России стал традиционным. Русское чаепитие имеет свои традиции и ритуалы. В духовной составляющей русской чайной культуры нашли отражение особенности русского менталитета –

коллективизм, неистребимая потребность общаться, стремление снять напряжение после трудного дня.

В группе прохладительных напитков лексемой, обладающей национально-культурной спецификой, является *квас*.

Таким образом, мир повседневности, быт, питьевая культура каждого народа в концентрированном виде отражает его менталитет и отношение к миру.

Важной составляющей исследования стало выделение «ключевых» лексем, которые являются культурно-специфическими для русского языка. Такими лексемами являются *квас, кефир, простокваша*.

Особый интерес представляют лексемы, имеющие аналогичное значение в двух языках, например, *водка, вино, чай*. Вместе с тем данные напитки, отражая этнографические (историю, быт, традиции) и этнопсихологические (характер, менталитет) особенности народа, по праву считаются культурно-маркированными. Культура вина в России – сложное многоплановое явление, которое сформировалось в процессе складывания национальной культуры. Вино в России выполняет важную коммуникативную функцию, которая, в свою очередь, регламентирует социальные отношения. Процесс распития алкогольных напитков выступает сложным регулирующим механизмом социализации, имеющим ярко выраженную ритуальную окраску.

Особое место в ряду рассматриваемых лексем занимает номинация *чай*. Относясь к категории предметных понятий, чай может считаться явлением собирательного характера, который репрезентирует значительный и яркий фрагмент национальной культуры. Русские относятся к чаю как к питательному, лекарственному продукту, без заимствования духовно-философского и церемониальной основы его потребления. Они переняли только сложившийся к тому времени способ потребления – заваривание листа в чайнике. А культурная и церемониальная часть сформировалась на базе собственного уклада жизни страны. В России чай противопоставлялся алкоголю и ценился за свою общественно-социальную функцию – вытеснение

пьянства. Отмечалось, что с ростом оборота чая снижается потребление алкогольной продукции. Появляется новый способ проведения досуга, а пивные учреждения заменяются чайными.

## 2.2. Наименования напитков по данным толковых словарей

В результате анализа словарных дефиниций, которые представлены в толковых словарях [103; 106; 112; 114), мы расширили группу лексем, обозначающих наименования напитков русской гастрономической культуры. Так, лексические группу лексики, в которую вошло более 70 наименований напитков, и актуальных в русской гастрономической культуре, и утративших актуальность. Например: *брага, варенуха, вино, вода, квас, кисель, молоко, пиво, рассол, сбитень, сженка (жженка), сок* и др. Большинство наименований перешли в современный язык с теми же значениями, которые характерны для них в текстах различного характера. Ср. фрагменты из «Домостроя»: «*А уксус, рассол огуречный да лимонный, да сливовый были бы отцежены через сито*» [25, с. 16]. «*Пить же челяди пиво без отжимок*» [25, с. 18]. «*Напитки к столу подавать по наказу, судя по гостям, или без гостей, а госпоже только брага да квас*» [25, с. 16].

В русском языке можно встретить как исконно русские, не встречающиеся в других языках, названия напитков (*брага, наливка* и др.), так и универсальные, существующие и в других лингвокультурах (*ром, виски* и др.).

Этот перечень, на наш взгляд, также не является полным. Говоря о названиях исконно русских спиртных напитков, этот ряд можно дополнить. В «Толковом словаре живого великорусского языка» В. Даля [103] можно найти наименования следующих напитков:

- *пьясовая,*
- *арак,*
- *малиновка,*
- *брага,*

- *бражка,*
- *браванда,*
- *сивуха,*
- *заунывная,*
- *вишнёвка,*
- *распоясная,*
- *кизлярка,*
- *крякун,*
- *горемычная,*
- *клубниловка,*
- *душегрейка,*
- *подвздошная.*

Как видно из перечисленных названий, часть из них отражает состояние души человека после принятия этого хмельного напитка. Например:

- *плясовая* – та, от которой хочется пуститься в пляс;
- *душегрейка* – та, которая душу греет; *заунывная* – та, от которой становится уныло на душе;
- *горемычная* – та, которая заставляет горевать.

Названия других напитков сообщают о том, из чего они сделаны: *малиновка, клубниловка, вишнёвка.*

Список безалкогольных напитков можно пополнить названиями традиционных русских напитков: *сбитень, взвар, сыта, березовица.*

В русском языке существует напиток *медовуха.*

Представляет интерес лексема «*квас*». Некоторые исследователи высказывают предположения, что слово «*квас*» в значении ‘напиток’ употребляется в некоторых славянских языках как русизм. Особое внимание обращается на употребление названия данной русской реалии в текстах английских путешественников XVI в. Лексикографические источники английского языка показывают, что первые слова из русского языка были заимствованы во второй половине XVI в. Английскими купцами и послами в

Россию, большая часть отчетов которых была опубликована Р. Гаклюйтом [67, с. 42]. Она перешла из древнерусского языка не совсем с тем значением, которое нам знакомо теперь: **Квас** – м. *квасок, кислота, кисловатость*; // напиток из квашеной ржаной муки или изъ печеного съ солодомъ; различные квасы приготавливаются на разной муке и солодах [103, с. 102-103].

Квас раньше был хмельным напитком. Произошло от КВАСЪ, связанным с общеславянским *квасити, квасъный* – *кислый, киспоути, кисель*, с поздним русским *квашня*. Слово означало не только «закваска», но и какой-то пьянящий кислый напиток, поэтому в древнерусском языке производное *квасъникъ* означало «пьяница». В современном языке семантика несколько упростилась, и это уже просто напиток, образованный путем закваски, но не пьянящий.

Квас пьют как прохладительный напиток. Особенно хорош он летом, в жару. Кроме того, на квасе готовят некоторые блюда русской кухни, например, холодный летний суп — окрошку.

Историческую память о квасе как основной пище бедных людей сохранило выражение «*с хлеба на квас перебиваться*», то есть *жить плохо, бедно, терпеть нужду*. **Квасным патриотизмом** называют огульное восхваление всего своего, русского, даже самых отсталых форм жизни и быта, и порицание всего чужого.

В данной тематической группе представлены также слова, ушедшие в пассивный словарь: **сбитень, брага, варенуха**.

Заслуживает внимания слово «сбитень»: «Сбитень делать так:…» [25, 66]. **Сбитень** – горячий напиток из подоженного меда с пряностями. Этот напиток в настоящее время не используется, данная лексическая единица исчезла из употребления. «Так как всякое дело на Руси обыкновенно оканчивается брагой, то и после сих выборов протекли две недели в праздниках и обедах».

**Брага** – напиток, делаемый из проса, из коего, сварив кашу, кладут в кадку, пересыпают мелким солодом, и, накрыв, дают время созреть сей смеси.



Когда она остынет, подливают теплой воды и, прибавив дрожжей и хмелю, производят в ней брожение, а потом спускают; некоторые подсычивают оную и медом. Брага – домашнее, крестьянское, корчажное пиво [103, с. 122].

**Варенуха** – простанар. Вареный напиток из сока ягодного с пряными кореньями или перцем, а иногда и с прибавлением хлебного вина. Ср.: «*Но какая же была причина решиться черту на такое незаконное дело? А вот какая: он знал, что богатый козак Чуб приглашен дьяком на кутью, где будут: голова; приехавший из архиерейской певческой родич дьяка в синем сюртуке, бравший самого низкого баса; козак Свербыгуз и еще кое-кто; где, кроме кутьи, будет **варенуха**, перегонная на шафран водка и много всякого съестного*». Николай Гоголь «Ночь перед Рождеством» (Н.В. Гоголь, Ночь перед Рождеством).

Значение лексемы «вино», как и «водка», целесообразно рассматривать сквозь призму процесса винопития, а оно – неотъемлемая часть русского быта и занимает особое место в национальной картине мира. Концепт, репрезентируемый словами «водка – пьянство», можно считать одним из основополагающих понятий русской культуры [113]. Со стереотипной ситуацией «винопитие» тесно связан стереотипный в русской лингвокультуре образ пьяного человека и стереотипную ситуацию «винопитие». [67, с. 42]. Составляющими стереотипной ситуации «винопитие» будут представления о том, что обычно пьют русские люди, в каком количестве, в каких ситуациях, а также некоторые национальные особенности употребления спиртных напитков [17].

Спиртное привыкли употреблять в больших количествах. Для винопития использовались такие ёмкости, как **чары, чарочки, чаши, чаны, бочки, ведра, бочонки, роги, стаканчики, рюмки**: *Наливала она **чару** зелена вина в полтора ведра Да турий тот рог меду сладкого ...Да брал он **чару** зелена вина в полтора ведра, А брал он **чару** единой рукой, Выпивал он **чару** на единый дух, Да й турий рог вытил меду сладкого... Смотрит Андрей и удивляется: никого не видно, а кушанья со стола словно кто метелкой*

*сметает, вина и меды сами в рюмку наливаются – рюмка скок, скок да скок; А голи кабацкой по стаканчику поднесла, и они домой отправились* (Былины. Русские народные сказки. Древнерусские повести).

Продолжая рассуждение относительно винопития, отметим, что в рамках этого старинного и распространённого обычая принято наливать принято доверху, пить до дна и залпом (сразу, без передышки). Это своеобразное проявление смелости и удалства: Не допиваешь, так недолюбливаешь (хозяев). Ср., например, пословицы и поговорки:

- *Пил – не допил – поляка оставил.*
- *Не пьёт, а с посудой глотает.*
- *Не пьет, да и за ухо не льет.*
- *Выпить на лоб (до капли).*
- *Кубок на кубок, и ковш вверх дном.*
- *Не пьет совсем, а наливает всклень (по край) (В. Даль).*

Ср. также примеры из НКРЯ: *И говорит Василий таково слово: – Кто поднимет чару зелена вина, Зелена вина да полтора ведра, И поднимет чару единой рукой, И выпьет чару на единый вздох, Стерпит-то червленый вяз в буйну голову, Тот попадет ко мне в дружину хоробрую* (Былины. Русские народные сказки. Древнерусские повести).

Существует также обычай опохмеляться. Ср. примеры из НКРЯ:

- *Не хмель беда, похмелье.*
- *Похмелье, что победы: с ног собьет (В. Даль).*
- *А купцы проснулись, и захотелось им опохмелиться; Наутро Горе еще больше заохало, зовет хозяина опохмелиться; мужик пропил и борону и соху* (Былины. Русские народные сказки. Древнерусские повести).

В качестве ценного иллюстративного материала ниже приведём некоторые паремии с компонентами, обозначающими напитки. При этом важно подчеркнуть, что паремиологический фонд языка в наибольшей степени, как считает ряд исследователей, отражает особенности мировосприятия его

носителей, обусловленные национальной культурой [19; 87]. В поговорках мы нашли выражение нормы поведения, т. е. ценностно значимые стереотипы социального взаимодействия людей в конкретных ситуациях общения. Символизм молочных рек и кисельных берегов, в одних сказках сказочное изобилие, символ достатка и благополучия, в других – символ несбыточного, невероятного.

В собранных В.И. Далем пословицах и поговорках встречаются следующие названия алкогольных напитков: *вино (винцо), брага (бражка), ром, пиво (пивцо), водка, сивуха, французская 14-го класса, царская мадера, петровская, огонь да вода, хлебная слеза*. Эти названия представляют собой эвфемизмы, которые использовались либо для наименования водки низкого качества («*Царская мадера*», «*Французская 14-го класса*», «*Петровская водка*», «*Сивуха*»), либо для наименования высококачественной водки («*Огонь да вода*», «*Хлебная слеза*») (В. Даль).

В пословицах и поговорках, компонентами которых являются лексемы-наименования алкогольных напитков, как правило, наблюдается отрицательная коннотация.

В поговорках содержатся и некоторые рекомендации по употреблению спиртных напитков:

- *Первую пить – здраву быть, вторую пить – ум повеселить, утроить – ум устроить, четверту пить – неискусну быть, пятую пить – пьяну быть, чара шестая – мысль будет иная, седьмую пить – безумну быть, к осьмой приплести – рук не отвести, за девятую приняться – с места не подняться, а выпить чарок с десять – так поневоле взбесят.*
- *Пей за столом, не пей за столбом!*
- *Хорошо тому пить, кого хмель не берет.*
- *Хорошо тому пить, кто хмель умеет скрыть.*
- *Коли пьян, так не будь упрям*

Свадьба, похороны, рождение детей издавна сопровождаются винопитием. Ср.:

- *Быть на свадьбе, да не быть пьяну – грешно.*
- *Пей, чтобы курочки велись, а пирожки не разчинивались.*
- *Сыграли свадьбу царевны с Иванушкой и сделали пир на весь мир. Я там был: мед, пиво пил; по усам стекло, а в рот не попало;*
- *Тотчас нашлись добрые люди: и могилу вырыли, и гроб смастерили; старик послал невестку купить вина, и кушаньев, и закусок разных – всего, как должно быть на поминках. А сам взял червонец в руку и потащился опять к попу. После похорон просит его старик к себе помянуть покойницу. Вот пришли в избу, сели за стол, и откуда что явилось – и вино-то, и кушанья, и закуски разные – всего вдоволь!; Опустил их Иванушка-дурачок в прорубь и погнал домой пиво допивать да братьев пьяного речи, поймешь и свиное хрюканье (В. Даль).*

Как видим, винопитие занимает важное место в жизни русского человека. Описание лишь некоторой части представлений и ассоциаций, связанных с темой винопития, подтверждает их значимость для русского менталитета. Языковые единицы, в которых находят отражение описанные представления, являются, в свою очередь, хранителями культурной информации.

Таким образом, исследование лингвистической репрезентации культуры питания позволило выявить базовые стереотипы нации, связанные с ценностями в сенсорно-материальной области вкуса, ритуального употребления напитков и др. Анализ толковых словарей позволил расширить представления о семантике лексических единиц, называющих напитки в РЯКМ и заключить, что семантика ряда лексем усложнена дополнительными смыслами. Например: кисель – и напиток, и человек (неуверенный), и дорога (семантика основана на образно-ассоциативном восприятии действительности). Это

подтверждает культурную маркированность напитков, представляющих гастрономические коды русской национальной картины мира.

### 2.3. Наименования напитков по данным ассоциативных словарей

Культурно-маркированная лексика, как известно, является специфической для одной лингвокультуры и не имеющей эквивалентов и/или вызывающей трудности при их поиске в другой лингвокультуре [66], а потому в процессе изучения такой лексики большое значение имеют смыслы, которые заложены в ассоциативно-вербальных полях единиц, относящихся к пласту такой лексики. Как справедливо замечают лингвисты, в ассоциациях заложены, прежде всего, личностные образы, сквозь призму которых представляется возможным определение тех или иных явлений путём сближения этих образов с другими реалиями. По этой причине на одно слово-стимул может возникать множество ассоциаций. При этом одними из важнейших факторов, определяющих те или иные ассоциации, являются особенности мышления и менталитета [46, с. 158]. Ю.Н. Караулов отмечал, что «национальный менталитет проявляет себя, дает о себе знать только в присутствии другого менталитета, т.е. в межкультурном общении. Однако «лабораторные» исследования, наблюдения над составом и соотношением фрагментов ассоциативно-вербальных сетей разных языков тоже могут приблизить нас к пониманию особенностей видения мира и его оценки национальным языковым сознанием. Объектами сопоставления в этом случае становятся фрагменты картины мира, особенности менталитета и национального характера носителей языков, запечатленные в ассоциативно-вербальных сетях, которые отражают предречевую готовность носителя, его текстовый потенциал» [43, с. 191].

Ассоциативный эксперимент – одно из наиболее эффективных средств доступа к языковому сознанию, один из наиболее значимых, результативных инструментов «для выявления национально-культурной специфики языкового сознания носителей разных культур» [36, с. 148].

Касательно лексикографической значимости ассоциативных исследований лингвисты отмечают, что результатом таких экспериментов

могут выступать ассоциативные словарные статьи, предоставляющие ценный материал для когнитивного анализа [22, с. 58].

Основным источником анализа ассоциативно-вербальных полей отобранных нами лексем стал «Русский ассоциативный словарь» под ред. Ю.Н. Караулова [109] и ассоциативные эксперименты, встречающиеся в научных трудах лингвистов. Обратим внимание, что далеко не все наименования напитков оказались в списке слов-стимулов данного словаря и экспериментов. Проанализируем те, которые носят в русской языковой картине мира входят в концептуальную картину мира. Например, лексемы «водка», «вода», «квас», «вино».

Ассоциативно-вербальное поле «Квас» мы проанализировали по данным эксперимента, проведённого Янь Цюцзюй [99, с. 11]. Ср. реакции на данный стимул:

КВАС: Русский 18; Россия 14; «Русский дар» 3; «Хлебный край» 2; «окрошка» 17; пиво 2; медовый 6; кислый 6; сладкий 2; бархатный 5; ядрёный 6; хмельной 5; густой 2; вкусный 3; хорошо 1; Что может быть лучше?! 1; Благодать! 2; жара 8; прохладно 2; хлеб 1; прохладительный напиток 1; полезный 1; лечебный 2; лето 5.

Обращают на себя внимание реакции, указывающие, прежде всего, на принадлежность данного напитка русскому гастрономическому коду, русским традициям питания: *русский, Россия*. Эти реакции наиболее частотны. Примечательны реакции «*Русский дар*» и «*Хлебный край*». Это известные бренды русского кваса. При этом важно обратить внимание на специфику нейминга: в названиях бренда учтены элементы принадлежности к русским традициям («Русский дар») и к традициям приготовления («*Хлебный край*», *хлеб*).

Ценность представляют реакции «*окрошка*» (достаточно частотная реакция) – известное русское блюдо на основе кваса, которое русские люди предпочитают есть летом, особенно в жаркую погоду. В этом плане актуальны реакции «*жара*», «*лето*», «*прохладно*», «*ядрёный*». Ср. также реакции

«полезный», «лечебный», «Что может быть лучше?!», которые указывают на известные полезные свойства русского кваса.

Анализ ассоциативных словарей указывает на константный характер напитков «водка» и «вода», что также подтверждается исследованиями Ю.С. Степанова [113]. Реакции на лексемы с национально-культурной спецификой семантики (*квас, кисель, водка* и др.) подтверждают принадлежность проанализированных напитков русскому гастрономическому коду, русским традициям питания.

#### **2.4. Наименования напитков по данным фразеологических словарей**

Как было отмечено выше, национально-культурная семантика присутствует на всех уровнях языка» [58, с. 1], и «фразеологические единицы, непосредственно и прямо отражая внеязыковую действительность, называют предметы и явления окружающего нас мира. Они важны не только как средство коммуникации, но и как источники различных общественно значимых сведений» [Там же, с. 2].

Анализ фразеологических словарей показал, что в русском языке достаточно большое количество фразеологизмов с компонентом «напиток» и наиболее частотными являются номинации «вода», «кисель», «квас», «мёд». Номинация «мёд» входит в состав фразеологизмов со значением достатка, счастливой жизни («*твоими устами бы мёд пить*», «*деды жили – мёд-пиво пили*» и др.). В русском языке присутствует большой пласт фразеологизмов, основанных на образе воды (*дуть на воду, вилами по воде писать* и др.). Это не случайно, ведь славяне всегда почитали воду, считая ее живительной силой. Однако стоит отметить, что некоторые фразеологизмы, хотя и основываются на образе воды, все же не всегда обозначают именно воду, но иногда и водку (например, *злая водица, огненная вода* и др.).

С компонентом «квас» были обнаружены следующие ФЕ:



*Квасной патриотизм*, что значит «преклонение перед отсталыми формами жизни и быта своей страны, ложно понимаемое как любовь к отечеству» [106].

*С хлеба на квас перебиваться* – «бедствовать, жить впроголодь, нуждаться, жить в скудости» [105; 112; 115]. Это выражение бытует на севере и северо-западе России, в тех краях, где печёным хлебом называют исключительно хлеб ржаной, а то, что испечено из пшеничной муки, кличут булкой, ситным калачом и вообще как угодно, но не хлебом. А квас, как известно, делается из недоеденных, зачерствевших остатков чёрного хлеба. То есть, перебивающийся с хлеба на квас, не имеет в доме ничего съестного, кроме чёрствого хлебушка. А переносное значение выражения точно такое же: *с трудом сводит концы с концами*.

Анализ фразеологических словарей позволил заметить, что к обозначениям алкогольных напитков в русской фразеологии относятся:

- *вино* в двух значениях ('алкогольный напиток, получаемый в результате брожения виноградного или плодово-ягодного сока', а также '*водка* и *самогон*' (прост.); уменьшительное – винцо);
- *водка* ('алкогольный напиток – смесь очищенного спирта с водой'); пиво ('слабый алкогольный пенный напиток из ячменного солода и хмеля'; уменьшительное – пивцо, пивушко);
- *мед* (в одном из значений данной леммы 'старинный легкий хмельной напиток из пчелиного меда': уменьшительное – *медок*);
- *брага* ('слабый хлебный хмельной напиток'; уменьшительное – бражка), хмельное, хмель ('алкогольный напиток').

По мнению Ю. С. Степанова, «концепт, репрезентируемый словами “водка – пьянство” считается одним из основополагающих понятий русской культуры» [113]. Лингвокультуролог и этнопсихоллингвист В. В. Красных считает, что стереотип «винопитие» содержит оценки, связанные с нравственными ценностями носителей русского языка и базовыми оппозициями культуры: «добро – зло», «хорошо – плохо» [53].

Прежде чем рассмотреть устойчивые выражения с компонентом *вино*, требуется определиться с терминологией. Вином, если слово употреблялось без других прилагательных, в IX – XIII вв. называли только напиток, сделанный из винограда. До середины XII в. его пили разбавленным водой, как в Греции и Византии [78, с. 11–12].

Среди выявленных нами 59 ФЕ с номинациями *вино*, *винцо* выделяются два выражения, обозначающие устаревшее название водки и практически не используемые в современном русском языке: *зеленое (зелено) вино*; *простое вино*.

Характерной чертой русского человека является безмерное употребление спиртного, что и отразилось в ряде ФЕ:

- *пьет винцо, как суслицо*;
- *выпил винцо, как молочко*;
- *в кабаке родился, в вине крестился* и др.

Вино помогает человеку в беде, подогревает в радости, утешает в горе:

- *утопить горе в вине* ('выпить вина или начать пьянствовать с горя');
- *хлеба нету, так пей вино*;
- *от беды и без вина зашатает*;

Человек также пьет, чтобы поднять настроение и развеселиться:

- *вино веселит, а хлеб спит*;
- *вино веселит сердце; где винцо, тут и праздничек (тут и гостьба)*;
- *вино пляске брат* и др.

Похмелье выступает неизменным спутником чрезмерного потребления алкоголя [17, с. 150]: *вино надвое растворено: на веселье и на похмелье*. А предложение выпить расценивается как проявление уважения, дружеского расположения: *в честь вино пьют, а не в честь льют; горько пить вино, а обнесут (мимо), горчее того; жалеть вина – не видать гостей* и др. О бережном отношении к спиртному свидетельствуют следующие ФЕ:

- *не жаль себя, да жаль вина;*
- *вино не пшеничка: прольешь – не подклоешь.*

Действительно, в нашей выборке ФЕ с компонентом вино можно разделить два класса устойчивых выражений: с позитивными и с негативными коннотациями. С одной стороны, чрезмерное употребление вина и пьянство вызывает осуждение и приводит к плохим последствиям:

- *много вина пить – беде быть;*
- *с вином поводишься – нагишом находишься;*
- *не жаль вина – жаль ума;*
- *вино сперва веселит, а там без ума творит;*
- *дали вина, так и стал без ума и др.*

Чрезмерное винопитие ведет к нарушениям норм поведения, потере чести и морального облика, но при этом русский человек винит во всех бедах не себя, а пьянство:

- *потерял честь вином;*
- *пьяному бесчестье – до чарки вина (т. е. опять напьется);*
- *не винит вино, винит пьянство /а винопитие и др.*

Антропоцентричность ФЕ проявляется в характеристике физического состояния человека под действием алкоголя, а также во влиянии спиртного на умственную деятельность:

- *вино развязывает язык;*
- *без вина правды не скажешь;*
- *на воде ноги жидки, а на вине жиже того;*
- *кто вина не пьет, пьян не живет;*
- *кто жены не бьет – мил не живет и др.*

С другой стороны, употребление спиртного приветствуется, особенно если кто-то угощает:

- *чужое вино – и пил бы, и лил бы, и искупаться попросил бы;*
- *на добро нет, а на вино везде дают;*

- *меняй хлеб на вино – веселей приживешь (от обычая угощать осенью вином и принимать за это в подарок хлеб);*
- *ходи в кабак, вино пей – будешь архиерей и др.*

Данные примеры подтверждают, что в языковом сознании русских присутствует положительное отношение к способности алкоголя поднимать настроение, а также к легкой степени алкогольного опьянения.

Следующее место по количеству номинаций алкогольных напитков занимает компонент пиво (включая *пивцо, пивушко*) – 25 единиц. Слово «пиво» исходно означало любой напиток. В XII–XIII вв. так стали называть всякое искусственно созданное человеком алкогольное питье. Пиво же в современном понимании обозначалось славянским термином «ол».

О важности разнообразия спиртных напитков в жизни русского человека свидетельствует ряд ФЕ, в составе которых содержится несколько номинаций алкогольных или квазиалкогольных компонентов:

- *не винца, так пивца;*
- *не пивца, так кваску;*
- *не кваску, так водки из-под легкия лодки;*
- *наши прадеды живали – мед, пиво пивали, а как бражки жбан – старичок наш пан;*
- *пиво не диво, и мед не хвала, а всему голова, что любовь дорога;*
- *пей пивцо, запивай винцом, лучше хмель не возьмет.*

Известно, что на протяжении долгого времени разные народы готовили пиво один раз в год, к 1 марта, отсюда и выражение «*мартовское пиво*», то есть лучшее по качеству – крепкое, свежее и чистое. В древнерусских городах пиво варили всей улицей, сотней, слободой, посадом; в селениях – всем погостом, починком, всей улицей, деревней [78, с. 30]. Эти исторические реалии нашли отражение в следующих ФЕ:

- *мартовское пиво с ног сбило;*
- *молодое пиво уходится.*

Для варки пива требовались сообразительные и умелые помощники, что послужило причиной возникновения следующих антропоцентрических фразеологизмов:

- *с дураком пива варить* (т. е. складчиною) – *от солоду отказаться*;
- *с дураком пива не сварить, а и сварить, так не разопьешь*;
- *пива не сварить* [с кем-нибудь] (разг. и неодобр.; о том, кто несговорчив, упрям).

Выявляя лингвосемиотические особенности концептуализации алкогольной тематики в русско-немецких параллелях, Ю. В. Реймер приходит к выводу, что для русской лингвокультуры характерны лакунарные ассоциации, главная из которых «выпивка – похмелье – неприятности» [80, с. 2011]. Подтверждением тому служат, например, следующие ФЕ:

- *с пивушка головушка болит, с вина просыпанье тяжело*;
- *пил бы пиво, да лихо с похмелья*.

Влияние потребления пива на внешние данные человека нашло отражение во фразеологизме «*пей пива больше, так брюхо будет толще*».

Исследователи сходятся во мнении, что в древнерусской культурной традиции чествование гостя спиртным воспринималось как неременная культурная норма, а отказ выпить рассматривался как недостаток уважения к человеку, который предлагает выпить [14, с. 52]. Ср.:

- *Честь пива лучше (о приглашении)*;
- *Пиво вари, да гостей зови*;
- *Было бы пиво на погосте, а у пива будут гости*;
- *Где пировать, тут и пиво наливать (и брагу сливать)*;
- *На разливе пиво пьют, на разборе ягодки едят*.

Пьянство церковнослужителей поощрялось ритуальным хлебосольством и показным гостеприимством [14]. Несмотря на то, что русские монахи и священнослужители сами варили пиво и могли употреблять его по церковному уставу, посещение пиров, застолий и торжественных обедов давало им возможность не ограничивать себя в количестве выпитого,

что нашло отражение во фразеологии: *варил поп пиво – невелико диво; мужик только пиво заварил, и уже поп с ведром*. Хотя вторым по значению спиртным напитком Древней Руси был мед хмельной, или медовуха [78, с. 12], нами зафиксировано 14 ФЕ с компонентами *мед, медок* (меньше, чем с компонентом пиво), что свидетельствует о расхождении между языком и привычками винопития в реальной жизни:

- *вашими бы устами да мед пить;*
- *лаком гость к меду, да пить ему воду;*
- *либо мед пить, либо битую быть;*
- *на разливе и мед пьют;*
- *не пьет черт меду, глядит он в воду;*
- *неволя пьет медок, а воля водицу;*
- *сладок мед, да не горстью его;*
- *горько вино, да не лишиться его* и др.

Наличие в выборке всего трех фразеологизмов с компонентами *водка, водочка* («на водку» (устар.; ‘денежное вознаграждение за мелкие услуги, усердие и т. п.’); «водка – вину тетка»; «ныне и пьяница на водку не просит, а все на чай») обусловлено тем, что официально термин «водка» стал употребляться ближе к XX в. «На Руси водку называли хлебным вином, горячим вином, перегонным вином, говорили еще: зелёно вино, питья медвяные» [Там же, с. 9].

Во многих ФЕ с компонентом *вино* зафиксированы и свойства водки, в частности, влияние выпитого на поведение человека.

С номинациями *брага, бражка* и *хмельное* (хмель) также выделено по три ФЕ:

- *удача – брага, неудача – квас;*
- *есть брага да пирожки – есть и дружки;*
- *без чашки бражки – гость гложит кость;*
- *пить хмельное, так и говорить такое;*
- *хмель шумит – ум молчит;*

- *хмель в компанию принимает, а непьющего никто не знает.*

Причину широкого распространения и даже иногда злоупотребления спиртными напитками в русской повседневной жизни XI–XIII вв. П. И. Гайдено и В. В. Мильков видят в том, что досуг как простых людей, так и высших сословий и духовенства не отличался разнообразием. В то время застолье являлось главной формой «развлечения и радости человека. Бражничеству и пьянству способствовали пиры, братчины, поминальные тризны и ритуалы» [15, с. 31].

Отличительной чертой русских ФЕ являются разнообразные номинации спиртных напитков (*вино, пиво, мед, водка, брага, хмельное*), наличие уменьшительно-ласкательных вариантов (форм) наименований *винцо, пивцо, медок, бражка*, а также использование нескольких различных сем в составе одного выражения. Наибольшей фразеоактивностью обладает номинация *вино* в значениях ‘виноградное вино’ и ‘водка’, что говорит о широком распространении данного алкогольного напитка с IX в.

В русских ФЕ «алкогольные номинации» противопоставлены «безалкогольным», в основном встречается оппозиция «*алкоголь – вода*»: *покой пьет воду, а беспокойство – мед; удача – брага, неудача – квас* и др.

В четырёх фразеологизмах номинация *вино* противопоставляется *хлебу*, что говорит об особенностях мышления русского человека, в сознании которого еда находится в оппозиции к алкоголю:

- *Хлеба нету, так пей вино;*
- *Вино веселит, а хлеб спит.*

Употребление хмельных напитков в русской культуре во многом поощрялось обычаями и разного рода ритуальными ситуациями и принимало форму бытового пьянства. И это, как видим, нашло отражение в русской фразеологической картине мира.

## Выводы по 2 главе

Вторая глава была посвящена наименованиям напитков по данным словарей русского языка. Для выполнения задач, поставленных в рамках данной главы, нами был проведён анализ наименований напитков по данным идеографических, толковых, ассоциативных, фразеологических словарей русского языка. Результаты данного этапа работы отражены в приведённых ниже тезисах:

1. Исследование лингвистической репрезентации культуры питания позволило выявить базовые стереотипы нации, связанные с ценностями в сенсорно-материальной области вкуса, ритуального употребления напитков и др. Анализ толковых, идеографических, ассоциативных, фразеологических словарей позволил выделить наиболее традиционные для русской гастрономической традиции напитки (как исконно русские, так и заимствованные, ставшие традиционными, например, чай): *вода, молоко, лимонад, сидро, питьё, квас, кисель, компот, пиво, самогонка, брага, наливка, настойка, медовуха, вино, водка, спирт, портвейн, херес, мадера, шампанское игристое, ром, ликёр, виски.*

2. Анализ толковых словарей позволил расширить представления о семантике лексических единиц, называющих напитки в РЯКМ и заключить, что семантика ряда лексем усложнена дополнительными смыслами. Например: кисель – и напиток, и человек (неуверенный), и дорога (семантика основана на образно-ассоциативном восприятии действительности). Это подтверждает культурную маркированность напитков, представляющих гастрономические коды русской национальной картины мира.

3. Анализ ассоциативных словарей указывает на константный характер напитков «водка» и «вода». Реакции на лексемы с национально-культурной спецификой семантики (*квас, кисель, водка* и др.) подтверждают принадлежность проанализированных напитков русскому гастрономическому коду, русским традициям и ритуалам, связанным с употреблением напитков.



4. Анализ фразеологических словарей показал, что в русском языке достаточно большое количество фразеологизмов с компонентом «напиток» и наиболее частотными являются номинации «вода», «кисель», «квас», «мёд». Номинация «мёд» входит в состав фразеологизмов со значением достатка, счастливой жизни («*твоими устами бы мёд пить*», «*деды жили – мёд-пиво пили*» и др.). В русском языке присутствует большой пласт фразеологизмов, основанных на образе воды (*дуть на воду*, *вилами по воде писать* и др.). Это не случайно, ведь славяне всегда почитали воду, считая ее живительной силой. Однако стоит отметить, что некоторые фразеологизмы, хотя и основываются на образе воды, все же не всегда обозначают именно воду, но иногда и водку (например, *злая водица*, *огненная вода* и др.).

5. Семантика некоторых наименований, как показывают дефиниции толковых словарей, связана с репрезентацией состояния души человека, характерного после принятия определённого хмельного напитка (плясовая – та, от которой хочется пуститься в пляс; душегрейка – та, которая душу греет; заунывная – та, от которой становится уныло на душе; горемычная – та, которая заставляет горевать).

Анализ лексикографических источников подтверждает культурно-маркированный характер наименований напитков, характерных для русской гастрономической традиции.

## Заключение

Целью данной работы было изучение национально-культурной специфики напитков в русском языке.

В первой главе, посвящённой рассмотрению теоретических предпосылок описания культурно-маркированной лексики, были рассмотрены специфика взаимосвязи языка и культуры, особенности культурно-маркированной лексики и значимость напитков в русской культуре как элемент русской кухни.

Вторая глава была посвящена наименованиям напитков по данным словарей русского языка. Нами был проведён анализ наименований напитков на материале идеографических, толковых, ассоциативных, фразеологических словарей русского языка.

В результате проведённого исследования мы пришли к следующим **выводам:**

1. Язык – является одним из важнейших признаков нации, он имеет органическую связь с культурой, развивается в ней и выражает её, является её важнейшим транслятором. Язык – феномен, которому присущи специфичность и уникальность: в нём отражаются все тонкости культуры народа, по-разному фиксируется мир и человек в этом мире [18, с. 174-175].

2. Культурно-маркированная лексика представляет собой совокупность лексических единиц, являющихся непосредственными носителями информации о специфических чертах культуры данной языковой общности. Язык, являясь отражением культуры ментальности нации, содержит национально-культурный код. Национально-культурная маркированность лексики отражает особенности менталитета и ценностные ориентации – то своеобразие, которое отличает одно лингвокультурное пространство от другого.

3. В русских пищевых традициях, в национальной картине мира напитки занимают особое место. Номинации традиционных напитков нередко являются экспликаторами культурных смыслов и ценностных установок. Их

национально-культурная специфика отражается в бытовой, праздничной, религиозной, медицинской и других значимых для человека сферах.

4. Анализ различных лексикографических источников (толковых, идеографических, ассоциативных, фразеологических) словарей позволил выделить наиболее традиционные для русской гастрономической традиции напитки: вода, молоко, лимонад, сидро, питьё, квас, кисель, компот, пиво, самогонка, брага, наливка, настойка, медовуха, вино, водка, спирт, портвейн, херес, мадера, шампанское игристое, ром, ликёр, виски. В русском языке можно встретить как исконно русские, не встречающиеся в других языках, названия напитков (брага, наливка и др.), так и универсальные, существующие и в других лингвокультурах (ром, виски и др.).

5. Анализ толковых словарей позволил расширить представления о семантике лексических единиц, называющих напитки в РЯКМ и заключить, что семантика ряда лексем усложнена дополнительными смыслами. Например: кисель – и напиток, и человек (неуверенный), и дорога (семантика основана на образно-ассоциативном восприятии действительности). Это подтверждает культурную маркированность напитков, представляющих гастрономические коды русской национальной картины мира.

6. Анализ ассоциативных словарей указывает на константный характер напитков «водка» и «вода». Реакции на лексемы с национально-культурной спецификой семантики (*квас, кисель, водка* и др.) подтверждают принадлежность проанализированных напитков русскому гастрономическому коду, русским традициям и ритуалам, связанным с употреблением напитков.

7. Особенности фразеологизмов с компонентом-напитком связаны, прежде всего, с национальной спецификой того или иного напитка, популярного в русской гастрономической традиции. Вхождение в состав фразеологических единиц наименований «мёд», «чай», «вода», «квас», «компот», «кисель» и др. позволяет констатировать значимость перечисленных напитков для русской лингвокультуры. Например: «*за семь*

*вёрст киселя хлебать», «седьмая вода на киселе», «молочные реки и кисельные берега», «чай гонять», «перебиваться с хлеба на квас» и др.*

Таким образом, наименования напитков в русской языковой картине мира имеют ярко выраженную национально-культурную специфику, что нашло подтверждение в пространстве дефиниций различных лексикографических источников.

## Список литературы

1. Аверьянова, И.Е. К определению понятия культурно-окрашенной лексики // Языковая норма и вариативность – Днепропетровск: Изд-во Днепропетр. ун-та. – 1981. – С. 10-19.
2. Алексеева, М.Л. Национально-специфичная лексика в зеркале современных лингвистических дисциплин: проблема дефиниции / М.Л. Алексеева // Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета. – 2008. – № 11. – С. 170-182.
3. Алефиренко, Н. Ф. Поэтическая энергия слова: синергетика языка, сознания и культуры. М.: Academia, 2002. 391 с.
4. Алефиренко, Н.Ф. Спорные проблемы семантики: Монография. М.: Гнозис, 2005.-326 с.
5. Алефиренко, Н. Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка: учеб. Пособие / Н. Ф. Алефиренко. – 5-е изд., стер. – Москва: Флинта, 2016. – 288 с.
6. Амбарова, П.А. Пища людей: межкультурные различия и культурные универсалии // Известия Уральского гос. ун-та. – 2010. № 4 (81). – С. 150-154.
7. Арутюнов, С.А. Основные пищевые модели и их локальные варианты у народов России // Традиционная пища как выражение этнического самосознания. – М.: Наука, 2001. – С. 10-17.
8. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека / Н.Д. Арутюнова. – Москва: Языки русской культуры, 1999. – 895 с.
9. Бархударов, Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). – М.: Международные отношения, 1975 – 239 с.
- 10.Беляев, А.Н. О взаимоотношении языка и культуры / А.Н. Беляев // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2016. – № 10(64): в 3-х ч. Ч. 2. – С. 75-79.

- 11.Верещагин, В.М. Язык и культура / под общ. ред. В.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. М.: Индрик, 2005. 140 с.
- 12.Влахов, С.И., Флорин, С.П. Непереводимое в переводе. – Изд.4-е. – М.: «Р.Валент», 2009. – 360 с.
- 13.Воробьев, В. В. Лингвокультурология: теория и методы / В.В. Воробьев – Москва: Изд-во РУДН, 1997. – 331 с.
- 14.Газизов, Р. А., Мурясов Р. З. Лингвокультурология и современная лексикография // Вестник Башкирского университета. 2016. Т. 21. № 2. С. 413-421.
- 15.Гайденко, П. И., Мильков, В. В. Питие на Руси: веселие, постыдный порок или культурная норма? / П.И. Гайденко, В.В. Мильков // Палеоросия. Древняя Русь: во времени, в личностях, в идеях. – 2021. – № 3(15). – С. 20–36.
- 16.Гайденко, П. И. Каким должен быть настоящий праздник, или любили ли в Киевской Руси церковные праздники? / П.И. Гайденко // Палеоросия. Древняя Русь: во времени, в личностях, в идеях. – 2021. – № 2(14). – С. 43–60.
- 17.Гак, В.Г. Язык как форма самовыражения народа / В.Г. Гак // Язык как средство трансляции культуры. - М., 2001. - С. 54-68.
- 18.Глушкова, Т.С. Стереотипы винопития в русском фольклоре / Т.С. Глушкова // Коммуникативные исследования. – 2015. – № 3 (5). – С. 149–156.
- 19.Головко, Ж.С. Культура и язык: аспекты взаимодействия // Научные ведомости. – 2008. – № 12 (52). – С. 173-179.
- 20.Гудков, Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации / Д.Б. Гудков. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 288 с.
- 21.Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию / пер. с нем. под ред., с предисл. Г. В. Рамишвили. – М.: Прогресс, 1984. – 397 с.
- 22.Гуськова М.С., Вишнякова О.Д. Культурно-маркированная лексика как отражение культуры нации // Фундаментальные и прикладные научные

- исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации. – 2021. – С. 121-124.
23. Довголюк, М.Н. Ассоциативно-вербальное поле «АРМИЯ»: лингвокогнитивный аспект. Дисс... канд. фил. наук: 10.02.01 – Русский язык. ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет». – Санкт-Петербург, 2016. – 167 с.
24. Долгова Е. Ю. Образ горячего во вторичных номинациях употребления спиртного // Вестник Томского государственного университета. – 2008. № 6. – С. 14-16.
25. Долгова Е. Ю. Лексика и фразеология, связанные со сферой употребления спиртных напитков, в русском языке: автореф. дисс...канд. филол. наук. Уфа, 2009. – 27 с.
26. Домострой: как устроить свой быт богоугодно, а жизнь свято. – Москва: Паломник, 2006 (М.: Типография АО "Молодая гвардия"). – 292 с.
27. Доюнова С. С. Когнитивно-прагматические и лингвокультурологические особенности названий российской водочной продукции: автореф. дисс...канд. филол. наук. Майкоп, 2013. 20 с.
28. Еда и культура (сборник статей по материалам I Международного научно-практического симпозиума «Традиционная культура в современном мире. История еды и традиции питания народов мира»). – М.: Центр по изучению взаимодействия культур, 2015. – 362 с.
29. Ермачкова, Е.П. Зарождение и распространение культуры сибирского чаепития / Е.П. Ермачкова // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2014. – № 4 (60). Т. 3. – С. 20-24.
30. Ермачкова, Е.П., Ярков, А.П. Чай как средство диалога культур / Е.П. Ермачкова, А.П. Ярков // Китай: история и современность. VIII Международная научно-практическая конференция. Екатеринбург, 07-08 октября 2014 года. – Екатеринбург: ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина», 2015. – С. 76-82.

- 31.Есин, А.Б. Введение в культурологию: Основ. понятия культурологии в сист. изложении: Учеб. пособие для студентов вузов / А. Б. Есин. – Москва: Высшая шк.: Академия, 1999. – 213 с.
- 32.Жиров, В.М. Забытые рецепты русских напитков / В.М. Жиров, С.Ю. Макаров, С.С. Макаров, О.П. Преснякова // Пиво и напитки. – 2015. – № 1. – С. 26-28.
- 33.Зализняк, А.А. Ключевые идеи русской языковой картины мира / А.А. Зализняк, И.Б. Левонтина, И.Б. Шмелёв. – М.: Языки славянской культуры, 2005. – 544 с.
- 34.Зарубина Н.Н., Голоухова Д.Н., Карпова Д.Н. и др. Социология питания: традиции и трансформации: коллективная монография. М.: МГИМО-Университет, 2017. 302 с.
- 35.Зиновьева Е.И., Юрков Е.Е. Лингвокультурология: теория и практика. / Е. И. Зиновьева, Е.Е. Юрков. – Санкт-Петербург: МИРС, 2009. – 291 с.
- 36.Иванова, С.В., Чанышева, З.З. Лингвокультурология: проблемы, поиски, решения: монография / С.В, Иванова, З.З. Чанышева. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2010. – 366 с.
- 37.Итигелова, В.С. Ассоциативный эксперимент как средство выявления национально-культурной специфики образов языкового сознания (на примере образов семьи и государства) / В.С. Итигелова // Вестник ИрГТУ. – 2007. – № 2 (30). – С. 148-150.
- 38.Кабакчи, В.В. Основы англоязычной межкультурной коммуникации / В.В. Кабакчи. – СПб.: Изд-во РГПУ имени А. И. Герцена, 1998. – 232 с.
- 39.Кабакчи, В.В., Прошина, З.Г. Лексико-семантическая относительность и адаптивность в переводе и межкультурной коммуникации / В.В. Кабакчи, З.Г. Прошина // Russian Journal of Linguistics. – 2021. – Т. 25. № 1. – С. 165–193.
- 40.Кабицкий М.Е. Введение в тему: антропология пищи и питания сегодня // ЭО. 2011. № 1. С. 3–7.



41. Капелюшник Е. В. Кулинарный код культуры в семантике образных средств языка: автореф. дисс. ... к. филол. н. Томск, 2012. 21 с.
42. Капелюшник Е. В. Человек сквозь призму кулинарного кода культуры // Вестник Томского государственного университета. 2011. № 345. С. 11-14.
43. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Москва: Гнозис, 2004. – 390 с.
44. Караулов, Ю.Н. Показатели национального менталитета в ассоциативно-вербальной сети / Ю.Н. Караулов / Отв. Ред. Н.В. Уфимцева; // Языковое сознание и образ мира. – Москва: Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Институт языкознания Российской академии наук», 2000. – С. 191-206. – URI: [https://iling-ran.ru/library/psylingva/sborniki/Book2000/html\\_204/4-1.html](https://iling-ran.ru/library/psylingva/sborniki/Book2000/html_204/4-1.html) (дата обращения: 08.11.2024).
45. Кобозева, И.М. Лингвистическая семантика / И.М. Кобозева; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. Филол. фак. – Москва: Эдиториал УРСС, 2000. – 350 с.
46. Коваль Е. С. Культурные традиции русского чаепития // Аналитика культурологи. – 2014. – № 1 (28). – С 181-185.
47. Козько, Н. А. Функционирование концепта «спиртные напитки» в наивной картине мира русских по данным ассоциативного эксперимента // Вестник ВСГУТУ. №1 (40), 2013. С. 157–161.
48. Козько, Н.А. Анализ концепта «Напитки» на материале лексикографических источников // Проблемы истории, филологии, культуры. – 2014. – С. 201-203.
49. Козько Н.А, Пожидаева Е.В. Лексико-семантическая репрезентация базовых материальных концептов на материале лексикографических источников // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2013. – № 6 (24): в 2-х ч. Ч. II. – С. 103-106.

- 50.Корнилов, О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. Монография. / О.А. Корнилов. – Москва: МАЛП, 1999. – 341 с.
- 51.Костомаров, В. Г. Об одной из единиц описания текста в аспекте диалога культур / В. Г. Костомаров, Н. Д. Бурвикова // ИЯ. – 1990. – № 6. – С. 256.
- 52.Костомаров В. Г. Язык и культура. Три лингвострановедческие концепции: лексического фона, речеповеденческих тактик и сапиентемы. / В. Г. Костомаров, Е. М. Верещагин – Москва: 2005. – 1037 с.
53. Красных В. В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология: курс лекций. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284 с.
- 54.Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 357 с.
- 55.Красных В.В. Словарь и грамматика лингвокультуры. Основы психолингвокультурологии / В.В. Красных. – М.: Гнозис, 2016. – 496 с.
- 56.Лихачев, Д. С. Концептосфера русского языка // Известия РАН. Сер. лит. и яз. М, 1993, № 1. – С. 3-9.
- 57.Логинова, Н. Н. Пейте на здоровье / Н.Н. Логинова // Напитки из овощей, ягод и фруктов. – Москва: Издательство «Интернет-издание», 2009. – 78 с.
- 58.Макеева, А.Д. Теоретические основы понятия культурно-маркированной лексики в лингвистике / А.Д. Макеева // Международный научный журнал «Вестник науки». – 2024. – № 12 (81) Том 1. – С. 900-903.
- 59.Мартиросьян, Е.Г., Еремеева, А.А. Национально-культурная семантика через призму языковых средств / Е.Г. Мартиросьян, А.А. Еремеева // Научный журнал КубГАУ. – 2016. – №116(02). – С. 1-9.
- 60.Маслова, В.А. Лингвокультурология. Учебное пособие. / В.А. Маслова. – Москва: ACADEMIA, 2004. – 202 с.

61. Маслова, В.А. Русский язык как совокупность кодов: растительного, архитектурного, духовного / В.А. Маслова // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т. 24 (63). – № 1. Ч. 1. – С. 137-140.
62. Маслова В.А. Коды лингвокультуры: Учеб. Пособие / В.А. Маслова, М.В. Пименова. – Москва: ФЛИНТА: Наука, 2016. – 180 с.
63. Материалы II Международного симпозиума. История еды и традиции питания народов мира. Выпуск II (сборник статей). М.: Центр по изучению взаимодействия культур, 2016. 460 с.
64. Меркиш, Н.Е. Семантизация культурно-маркированной лексики на продвинутом этапе: На материале обучения студентов 4 курса нем. как второй специальности. Дис... канд. пед. наук. Москва, 1998 – 216 с.
65. Молданова, Т.А. Пища как элемент этнической идентичности и межкультурного взаимодействия / Т.А. Молданова // Вестник угроведения. – 2017. – Т. 7. № 4. – С. 131-143.
66. Мурясов, Р.З. Об актуальных проблемах контрастивно-типологических исследований в многоязычном регионе / Р.З. Мурясов // Проблемы востоковедения. – 2009. №1 (43). – С. 145-149.
67. Мэйжун, У. Исследование русского перевода социальной культурно-маркированной лексики в книге «Мэн-цзы» с точки зрения функциональной эквивалентности / Мэйжун У. // Молодой ученый. – 2023. – № 36 (483). – С. 273-278. – URL: <https://moluch.ru/archive/483/105786/> (дата обращения: 08.11.2024).
68. Наумова, Т.Ф. Слово КВАС в истории русского языка и в записках иностранцев о России / Т.Ф. Наумова // Вестник Северо-Восточного государственного университета. – 2008. – № 10. – С. 42-47.
69. Нелюбин, Л.Л. Введение в технику перевода: (когнитивный теоретико-прагматический аспект): учебное пособие / Л. Л. Нелюбин. – 2-е изд. – Москва: Флинта: Наука, 2012. – 212 с.

70. Никишова, М.С. Лингвокультурный гастрономический код в англоязычной потребностной коммуникации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2014. – № 12 (42): в 3-х ч. Ч. II. – С. 124-132.
71. Павловская А.В. Нужна ли нам наука о еде? // Еда и культура (сборник статей). М.: Центр по изучению взаимодействия культур, 2015. С. 7-44.
72. Падучева, Е.В. Феномен Анны Вежбицкой // Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. – М.: Русские словари, 1997. – С. 5-32.
73. Петросян, Г.О., Саитова, М.А. Классификация культурно-маркированной лексики в британских деловых СМИ / Г.О. Петросян, М.А. Саитова // «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. – 2018. – №12-2. – С. 161-166.
74. Плотникова, А.М., Слаутина, М.В. Идеографические словари в практике преподавания лингвистических дисциплин / А.М. Плотникова, М.В. Слаутина // Перспективы науки и образования. – 2019. – № 6 (42). – С. 172-182.
75. Полунина Л. И., Баудер Г.А., Татаринцев Е. О. Бытовая лексика как средство познания русской ментальности. // Научный Альманах. – 2016. – №10. – С. 168-171.
76. Попова, З.Д. Когнитивная лингвистика / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – М.: АСТ: Восток – Запад, 2007. – 314 с.
77. Попова З. Д. Язык и национальная картина мира / З. Д. Попова, И. А. Стернин – 3-е изд, доп. и испр. – Воронеж : Истоки, 2003. – 60 с.
78. Поповичева, И.В. Культурно-маркированная лексика на уроках РКИ (практический аспект изучения) / И.В. Поповичева // Экология языка и речи: Материалы X Международной научной конференции, Тамбов, 08–09 декабря 2022 года / Науч. редактор А.Л. Шарандин, отв. за выпуск Т.А. Дьякова. – Тамбов: Издательский дом "Державинский", 2023. – С. 111-114.
79. Похлёбкин В. В. История водки. М.: Центрполиграф, 2002. 403 с.

80. Прокопенко, К. Культурно-маркированная лексика как отражение национально-культурной специфики в книге Felicity Timcke «Silk, Spices, Veils and Vodka» / К. Прокопенко // Материалы ежегодной научной конференции студентов и магистрантов университета, 25–29 апреля 2022: в 4 ч. – Минск: МГЛУ, 2022. – Ч. 2. – С. 202. – URI: <http://e-lib.mslu.by/handle/edoc/10673> (Дата обращения: 21.11.2024).
81. Реймер, Ю. В. Лингвосомиотические особенности концептуализации алкогольной тематики в русско-немецкой параллели // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – 2011. – № 13. – С. 188-192.
82. Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира / Отв. Ред. Б. А. Серебрянников; АН СССР, Ин-т языкознания. – Москва: Наука, 1988. – 212 с.
83. Савина, Е.А. Язык и культура. Взаимосвязь и влияние / Е. А. Савина. // Молодой ученый. – 2023. – № 20 (467). – С. 465-467. – URL: <https://moluch.ru/archive/467/102977/> (дата обращения: 06.11.2024).
84. Савицкий, В.М. Порождение речи: дискурсивный подход: монография / В.М. Савицкий. – Самара: ПГСГА, 2013. – 226 с.
85. Сафина, З.М. Стратегии перевода культурно-маркированной лексики / З.М. Сафина // Доклады Башкирского университета. – 2019. – Том 4. №5. – С. 542=547.
86. Суханова, А.М. Обучение культурно-маркированной лексике учащихся средней школы с опорой на текст. Статья от 14.06.2012. Режим доступа: [http://aneks.spb.ru/index.php?Itemid=25&option=com\\_content&view=article&catid=45&id=237](http://aneks.spb.ru/index.php?Itemid=25&option=com_content&view=article&catid=45&id=237). Дата обращения: 22.11.2024.
87. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантические, прагматические и лингвокультурные аспекты / В. Н. Телия. – Москва: Шк. «Языки рус. Культуры», 1996. – 284 с.

- 88.Телия В.Н. Роль образных средств языка в культурно-национальной окраске миропонимания // Этнопсихолингвистические аспекты преподавания иностранных языков. М., 1996. С. 82–89.
89. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация: Учеб. пособие / С. Г. Тер-Минасова. – Москва: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.
- 90.Толстой, Н.И. Язык и культура (некоторые проблемы славянской этнолингвистики) // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики // Доклады Всесоюзной научной конференции (Москва, 20-23 мая 1991 г.). Ч. 1. – М.: ИРЯЗ, 1991. – С. 5-22.
- 91.Фёдоров А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы): Для ин-тов и фак-тов иностр. языков. Учеб. пособие. – 5-е изд. – М.: Филология три, 2002. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: ООО «Издательский Дом «ФИЛОЛОГИЯ ТРИ», 2002. –416 с.
- 92.Флянтикова, Е. В. Культурный код: сфера еды и напитков (на материале лингвистических исследований) // Коммуникативное пространство и информационное поле в языке и речевой деятельности: сборник материалов Республиканской научно-практической конференции. – Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина. – Брест, 2022. – С. 124-126. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=yvjige> (Дата обращения: 11.11.2024).
- 93.Шаклеин В.М. О содержании лингвокультурологического образования для иностранцев, изучающих русский язык// Мир русского слова. – 2005. – №1-2. – С.36-43.
- 94.Швейцер, А.Д. Современная социолингвистика: теория, проблемы, методы / А.Д. Швейцер; Акад. наук СССР, Ин-т языкознания. – Москва: Наука, 1976. – 174 с.
- 95.Шмелев А.Д. Русская языковая модель мира / А. Д. Шмелев. – Москва: Языки славянской культуры, 2002. – 224 с.

- 96.Эмер Ю.А. Миромоделирование в современном песенном фольклоре: когнитивно-дискурсивный анализ: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Томск, 2011. 39 с.
- 97.Яковлев Я.А. На столе и вокруг него. – Томск: изд-во Том. ун-та, 2011. – 368 с.
- 98.Яковлева, Э.Б. О сущности понятия «культурно-маркированная лексика» и способах ее передачи в русском языке / Э.Б. Яковлева // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6, Языкознание. – 2021. – С. 53-63.
- 99.Янь Цюцзюй. Формирование лингвокультурологической компетенции китайских студентов на материале русской лексики, вошедшей в китайский язык. Автореферат дис. ... канд. пед. наук – Санкт-Петербург, 2013 – 23 с.

### Словари

100. Баранов, О.С. Идеографический словарь русского языка / О.С. Баранов. – Москва, 2002. – 1200 с.
101. Большой толковый словарь русских существительных. Идеографическое описание. Синонимы. Антонимы / [авт.-сост.: Л. Г. Бабенко и др.]; под общ. ред. Л. Г. Бабенко. – Москва: АСТ-Пресс Книга, 2005. – 862 с.
102. Даль, В.И. Пословицы русского народа: в 2 т. М.: Художественная литература, 1984. Т. 1. 383 с.; Т. 2. 399 с.
103. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: избр. ст. / В.И. Даль; совмещ. ред. изд. В.И. Даля и И.А. Бодуэна де Куртенэ. – Москва: Олма-Пресс: Крас. пролетарий, 2004. - 700 с.
104. Зданович, Л.И. Кулинарный словарь. – М.: Вече, 2001. – 400 с.
105. Мокиенко, В.М. Большой словарь русских пословиц: около 70000 пословиц / В.М. Мокиенко, Т.Г. Никитина, Е.К. Николаева; Междунар. ассоц. преподавателей русского яз. и лит., Российское о-во

- преподавателей русского яз. и лит., Санкт-Петербургский гос. ун-т, Межкафедральный словарный каб. им. проф. Б.А. Ларина. - Москва: ОЛМА Медиа Групп, 2010. – 1023 с.
106. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: 72500 слов и 7500 фразеологических выражений / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова; Российская АН, Ин-т рус. яз., Российский фонд культуры. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Азъ, 1994. – 907 с.
107. Похлебкин, В.В. Кулинарный словарь / В. Похлебкин. - Москва : Центрполиграф, 2006 (Н.Новгород : Нижполиграф). – 502 с.
108. Россия. Большой лингвострановедческий словарь : 2000 реалий истории, культуры, природы, быта и др. / [В. И. Борисенко и др.] ; под общ. ред. Ю. Е. Прохорова; Гос. ин-т русского яз. им. А. С. Пушкина. - Москва: АСТ-Пресс, 2009. - 725 с.
109. Русский ассоциативный словарь в 2 тт. Т.1 От стимула к реакции. / Ю.Н. Караулов, Г.А. Черкасова, Н.В. Уфимцева [и др.]. – Москва: АСТ. Астрель. 2002. – 781 с.
110. Русский семантический словарь. Т. 2: Имена существительные с конкретным значением. Все создаваемое руками и умом человека (населенные места, обрабатываемые участки, дороги; вещественные продукты труда); организации и учреждения. Названия предметов по форме, состоянию, составу, местонахождению, употреблению. / Рос. акад. наук. Отд-ние лит. и языка. Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова; / [Авт.-сост.: М.С. Михайлова и др.] / Под общ. ред. Н. Ю. Шведовой. - Москва: Азбуковник: ИРЯ РАН, 2000. - 674 с.
111. Русский идеографический словарь: Мир человека и человек в окружающем его мире (80 концептов, относящихся к духовной, ментальной и материальной сферам жизни человека) // Отв. ред. акад. Н.Ю. Шведова. – М.: Азбуковник, 2011. 1032 с.
112. Словарь русского языка в 4-х т. / под ред. А.П. Евгеньевой. – Москва: АН СССР, Русский язык, 1981-1984.



113. Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры. Изд. 2-е, испр. и доп. М.: Академический проект. 990 с.
114. Толковый словарь русского языка: В 3 т. / Под ред. Проф. Д.Н. Ушакова. – М.: Вече, Мир книги.
115. Универсальный фразеологический словарь русского языка / [Под ред. Т. Волковой]. - Москва: Вече, 2000. - 463 с.
116. Фасмер, Макс. Этимологический словарь русского языка: в 4 т. / Макс Фасмер ; пер. с нем и доп. члена-корреспондента АН СССР О. Н. Трубачева ; под ред. и с предисл. проф. Б. А. Ларина. - Изд. 2-е, стер. - Москва : Прогресс, 1986-1987.

#### **Иллюстративный материал**

117. Афанасьев, А.Н. Народные русские сказки: полное издание в одном томе / Александр Афанасьев. – Москва: Альфа-Книга, 2008. – 1087 с.
118. Былины. Русские народные сказки. Древнерусские повести / Составители: В.П. Аникин, Д.С. Лихачёв, Т.Н. Михельсон. – М.: Детская литература, 1979. – 640 с.
119. Национальный корпус русского языка. – URL: <https://ruscorpora.ru/>