

Научная статья

УДК 811

DOI: 10.20323/2499-9679-2025-3-42-119

EDN: ZWPVPD

**Концептуальная метафора «опьянение – это бутылка»
(на материале английского и русского языковых корпусов)**

Марат Дамирович Уразаев

Кандидат филологических наук, старший преподаватель, кафедра иностранных языков гуманитарных факультетов, Высшая школа отечественной филологии, Уфимский университет науки и технологий. 450076, г. Уфа, ул. Заки Валиди, д. 32

marat-urazaeu@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0004-8996-8882>

Аннотация. Статья посвящена исследованию концептуальной метафоры «опьянение – это бутылка» на материале английского и русского языков. Концептуальные метафоры выступают когнитивными механизмами, которые упрощают сложные понятия, перенося их на более понятные и конкретные. Они отражают не только индивидуальное восприятие, но и культурно обусловленные особенности осмысления реальности. Методология исследования основана на корпусном анализе, который позволяет изучать метафоры в реальных контекстах употребления. Исследование проводилось на материалах корпусов современного американского английского языка (COCA) и Национального корпуса русского языка (НКРЯ). Были выявлены ключевые метафорические модели, объединенные метафорой «опьянение – это бутылка», а также их культурно-когнитивные особенности. Для анализа отбирались примеры с леммами «bottle» и «бутылка», относящиеся к периоду 1990–2019 годов. На основе корпуса выявлялись метафорические модели и их варианты, которые затем интерпретировались с учетом культурных и когнитивных различий английского и русского языков. Анализ показал, что на уровне крупных инвариантных моделей языки демонстрируют сходства, включая метафоры зависимости, утешения или разрушения через алкогольное опьянение. Однако различия проявляются на уровне конкретных вариантов, которые определяются культурно-историческим контекстом, эмоциональной окраской и стилем. Полученные результаты иллюстрируют универсальные когнитивные механизмы метафоризации и подчеркивают их вариативность в различных языковых и культурных системах. Предложенные выводы открывают перспективы для дальнейшего исследования метафорических моделей в других языках и культурах, что может углубить понимание универсальных и уникальных черт метафорического мышления.

Ключевые слова: концептуальная метафора, корпусный метод, лемма, опьянение, бутылка, культурные стереотипы, восприятие

Для цитирования: Уразаев М. Д. Концептуальная метафора «опьянение – это бутылка» (на материале английского и русского языковых корпусов) // Верхневолжский филологический вестник. 2025. № 3 (42). С. 119–131. <http://dx.doi.org/10.20323/2499-9679-2025-3-42-119>. <https://elibrary.ru/ZWPVPD>

Original article

Conceptual metaphor «insobriety is a bottle» (based on english and russian language corporuses)

Marat D. Urazaeu

Candidate of philological sciences, senior lecturer, department of foreign languages, humanities faculties, Higher school of russian philology, Ufa university of science and technology. 450076, Ufa, Zaki Validi str., 32

marat-urazaeu@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0004-8996-8882>

Abstract. This article explores the conceptual metaphor «insobriety is a bottle» using data from english and russian languages. Conceptual metaphors function as cognitive tools that simplify abstract and complex ideas by linking them to more tangible and familiar domains. These metaphors reflect not only individual perceptions but also culturally shaped ways of understanding the world. The research employs corpus analysis as its methodology, allowing for the study of metaphors in real-world linguistic contexts. The data are sourced from the Corpus of Contemporary American English (COCA) and Russian National Corpus (RNC). The study identifies key metaphorical models grouped under the overarching metaphor «insobriety is a bottle» and examines their cultural and cognitive characteristics. Examples featuring the lemmas «bottle» and «бутылка», dated between 1990 and 2019, were selected for analysis. The corpus

serves as a basis for identifying metaphorical patterns and their variations, further interpreted with regard to cultural and cognitive differences between english and russian. At the level of general metaphorical patterns, the two languages show similarities, such as the symbolic association of insobriety with addiction, comfort, or destruction. However, the differences occur at the level of specific variants, which are influenced by cultural and historical contexts, and emotional nuances. The findings highlight both the universal cognitive mechanisms underlying metaphorization and the variability of these mechanisms across linguistic and cultural systems. This study offers prospects for further research of metaphorical patterns in other languages and cultures, thereby contributing to a deeper understanding of the universal and unique aspects of metaphorical thinking.

Key words: conceptual metaphor, corpus-based approach, lemma, insobriety, bottle, cultural stereotypes, perception

For citation: Urazaev M. D. Conceptual metaphor «insobriety is a bottle» (based on english and russian language corpuses). *Verhnevolzhski philological bulletin*. 2025;(3):119–131. (In Russ.). <http://dx.doi.org/10.20323/2499-9679-2025-3-42-119>. <https://elibrary.ru/ZWPVPD>

Введение

До формирования антропоцентрической парадигмы в языкознании, в частности в рамках когнитивного подхода, такое языковое явление, как метафора, не рассматривалось в качестве полноценного объекта научного анализа. Преобладало мнение, согласно которому метафора играет лишь второстепенную роль в языке, будучи средством художественной выразительности в поэтических, прозаических и риторических текстах либо выступая мотивационным фактором при формировании новых лексических единиц. Однако с появлением теории концептуальной метафоры (далее – ТКМ), разработанной Дж. Лакоффом и М. Джонсоном и противопоставившей себя традиционным лингвистическим воззрениям, отношение к данному феномену претерпело значительные изменения. Метафора стала интерпретироваться как неотъемлемый концептуальный и конвенциональный компонент языковой системы, а также как фундаментальный когнитивный механизм [Новицкая, 2019, с. 79].

Концептуальные метафоры (далее – КМ) редуцируют сложные мыслительные категории, снижая их требовательность к когнитивным ресурсам человеческого сознания [Kramer, 2025]. Происходит когнитивное отображение структуры источника в структуру цели [Баранов, 2014, с. 12]. Данный процесс «выполняет направляющую когнитивную функцию: дополнительно к формированию метафорического значения она ориентирует восприятие метафоры относительно ее исходного смыслового источника, вскрывает основу, источник метафоры» [Бабенко, 2024, с. 18]. Таким образом, формируется естественная связь между языковой метафорой и метафорой мыслительной. КМ представляет собой интересный объект для межкультурных и кросс-культурных научных исследований. Если ранние межкультурные исследования стремились к поиску универсальных мета-

фор, то современные работы в области ТКМ указывают на то, что разные языки могут акцентировать внимание на различных аспектах одной и той же метафоры [Sharifian, 2011; Musolf, 2016; Kövecses, 2020]. Подобное варьирование в метафорической интерпретации зависит от географических, социальных и исторических факторов, в которых находится языковая общность [Zibin & Solopova, 2024, p. 9]. Иными словами, метафора является одним из способов выражения этнокультурной и социальной детерминированности когниции в языке [Козлова, 2020, с. 92].

Все вышеуказанное можно отнести к КМ категории алкогольного опьянения. Человечество познакомилось с алкогольными напитками примерно в VI тысячелетия до нашей эры, а если верить «гипотезе пьяной обезьяны», то еще до возникновения современного человеческого вида [Dudley, 2004]. Этот феномен находит отражение во многих языках: в отдельных номинациях, фразеологизмах, пословицах, поговорках, мемах, а также через метафору и метонимию [Chunyi & Pamies, 2019; Джинджолия, 2021; Linden-Carmichael, 2021]. Например, в словаре «Drunk: The Definitive Drinker's Dictionary» зафиксировано 2231 синоним номинации *drunk* [Dickson, 2009], а в русскоязычном словаре «Между первой и второй... Словарь алкогонимов» А. Ю. Кожевникова представлено около 2500 номинаций, связанных с употреблением алкоголя [Кожевников, 2007]. Поэтому, несмотря на определенную табуированность данной категории, она обладает значительной социальной значимостью, особенно в английском и русском языках. Это делает её предметом повышенного интереса для лингвистического анализа и подчеркивает актуальность данного исследования.

Категория алкогольного опьянения богата номинациями, основанными на метафоре бутылки. Эта метафора возникла из метонимии «опьянение – это бутылка спиртного», то есть на причинно-следственной метонимии. В частности, в ан-

глийском языке встречаются примеры: *bottle-ached, bottle-suckered, bottlestruck, to hit the bottle* и т. д. Аналогично в русском языке: *бутылковать, играть в бутылбол, не враг бутылке, собутыльник* и т. д. Это указывает на то, что для английского и русского языков метафора «опьянение – это бутылка» является универсальной. Однако в контексте проявляются разные её аспекты, обусловленные этнокультурной и социальной спецификой. Отсюда следует **гипотеза данного исследования** – КМ «опьянение – это бутылка» является универсальной для английского и русского языков, но в процессе использования языка выявляются различия, отражающие этнокультурную и социальную детерминированность когниции в языках сравнения.

Цель исследования – изучение универсальных и уникальных аспектов концептуальной метафоры с источником «бутылка» и целью «опьянение» в языках сравнения.

Предметом исследования является концептуальная метафора со сферой-источником «бутылка» и сферой-целью «опьянение» в английском и русском языках.

Объект исследования – лингвокогнитивное и лингвокультурное отражение концептуальной метафоры «опьянение – это бутылка» в языках сравнения.

Материалом исследования послужили данные языковых корпусов. Для выборки данных были использованы наиболее репрезентативные и крупные корпуса для каждого из языков. Для английского языка применялся Корпус современного американского английского языка (СОСА), а для русского языка – Национальный корпус русского языка (НКРЯ). Учитывались размеры каждого корпуса, в частности, СОСА – 1 миллиард слов и в основном корпусе НКРЯ – 389470868 слов (СОСА содержит примерно в 2,5 раза больше слов чем НКРЯ), для анализа в английском языке было рассмотрено 5000 примеров, содержащих лемму *bottle*, а в русском языке – 2000 примеров, содержащих лемму *бутылка*. Из выборки исключались устойчивые выражения, зафиксированные в лексикографических источниках.

Методы исследования

Выделяются два подхода к сравнительному анализу метафоры: 1) анализ, основанный на лексикографических данных (*lexical approach*), и 2) анализ, основанный на корпусных данных (*corpus-based approach*) [Kövecses et al., 2019].

Первый подход работает с данными, зафиксированными в лексикографических источниках, например, с лексическими и фразеологическими единицами. Модели метафорического переноса выделяются на основе анализа соотношения внутренней формы единицы с её языковым значением [Уразаев, 2023]. При анализе метафорических моделей выделяется их иерархия: различаются метафорический инвариант как родовое понятие и варианты как видовые понятия, представляющие данную модель [Kövecses et al., 2024]. Например, метафорическая модель-инвариант «бутылка – это опьянение» представлена следующими моделями-вариантами:

1. В английском языке: [в состоянии похмелья – больной от бутылки]: *bottle-ached*; [чрезмерно пьяный – насосавшийся из бутылки] *bottle-suckered*; [чрезмерно пьяный – ударенный бутылкой] *bottlestruck*; [заядлый алкоголик – старая бутылка] *old bottle* и т. д.

2. В русском языке: [партнер по пьянке – партнер по бутылке] *собутыльник*; [любовь к алкоголю – радушие к бутылке] *не враг бутылке*; [пьянствовать – приближаться вплотную к бутылке] *прикладываться к бутылке*; [напиться – поймать бутылку] *заарканить бутылочку* и т. д.

Второй подход направлен на анализ материала из языковых корпусов. Корпусный подход выбран в данном исследовании, так как он позволяет изучать метафоры в реальном контексте их употребления [Рюкова, 2023]. Этот метод дает возможность анализировать тексты из различных источников: художественной литературы, публицистики, научных работ, разговорной речи и других жанров [Krawczak, 2025]. Второй аргумент в пользу корпусного анализа заключается в том, что он позволяет выявить отношение той или иной языковой культуры к определенному явлению [Jensen, 2017], в частности, к алкогольному опьянению, через её иконический знак – бутылку. Иными словами, корпусный подход позволяет исследователю выйти за пределы лексической семантики, проанализировав когнитивные и культурные особенности функционирования метафоры.

При отборе материала учитывался временной период с 1990 по 2019 годы, поскольку СОСА включает данные только за этот промежуток времени. В отличие от СОСА, НКРЯ содержит примеры, охватывающие более широкий временной диапазон – от середины XVIII века до начала XXI века. Различия в составе источников (разнообразие жанров и типов текстов) между корпусами также могли оказывать влияние на результаты

исследования.

В результате анализа в английском языке было выделено 37 примеров, содержащих метафору «опьянение – это бутылка», а в русском языке – 25. Следует отметить, что данное исследование носит обзорно-аналитический характер и не претендует на формулирование статистических обобщений.

Алгоритм анализа языкового материала, установленный в исследовании: 1) выявление корпуса КМ со сферой-источником «бутылка» и сферой-целью «опьянение» в английском и русском языках, извлеченных из языковых корпусов.; 2) выявление основных метафорических моделей (далее М-моделей) и их вариантов; 3) интерпретация полученных данных.

Результаты исследования

Следует отметить, что объект анализа в данной работе несколько отличается от других КМ. Например, в КМ «гнев – это огонь» играют роль физиологические признаки, такие как жар, пот, отделение покраснение кожи и глаз [Тран, 2022]. В КМ «время – это деньги» ключевую роль играет ценность и ограниченность временного ресурса [Lakoff & Johnson, 1980]. Что касается КМ «опьянение – это бутылка», то в ментальном восприятии человека бутылка как контейнер для спиртного ассоциируется с самим процессом опьянения, выступая его иконическим знаком. Поэтому данная КМ становится носителем понятийного содержания, включающего в себя не только физиологическое состояние, но и связанные с ним модели поведения, нормы и ожидания, укоренившиеся в культуре.

На основе анализа корпусных данных английского и русского языков были выявлены ключевые особенности КМ «опьянение – это бутылка». Проведенное исследование позволило выявить 10 инвариантных м-моделей и их варианты.

1. М-модель «пьянство – это связь с бутылкой». Данная концептуальная схема иллюстрирует, как алкогольная зависимость выражается через образы привязанности, дружбы, верности или даже веры в бутылку.

Выражение (1)–(3) представляет алкогольную зависимость как верность, где объектом привязанности становится бутылка, ср.:

(1) Virginia, calm down. Calm down. My mother was only *faithful to the bottle*. She drove my father away [COCA: Law & Order: Special Victims Unit, Wanderlust, 1999].

(2) He married the first woman he'd bedded, year earlier, but was as unfaithful to her as he was *faithful to the bottle* [COCA: American Spectator, A wasted life, 1997, M. Carnegie].

(3) After 30 or 40 years of *dedication to the bottle* he wound up with a wet brain [COCA: Futurist Disappearing technologies: The uses of futuribles, 1999, Fr. Pohl].

В примере (4) создается параллель между религиозной верой и алкоголизмом, ср.:

(4) Then your God takes it away from me once again. So you're putting your *faith in this bottle* now, is that about right? [COCA: Before All Others, 2016].

В примере (5) пьянство выступает в роли эмоциональной связи с бутылкой, ср.:

(5) Губила их, понимаешь, *привязанность к бутылке*, но это уже совсем другая история... [НКРЯ: Колупанда, 2015, С. Тихомиров].

Образ дружбы с бутылкой (6)–(7) используется для подчеркивания устойчивости зависимости, ср.:

(6) И косо смотрел на тех своих сотрудников, которые, по его выражению, водили *дружбу с бутылкой* [НКРЯ: Тысяча и один день Никиты Сергеевича, 1997, О. Гриневский].

(7) Бывало уже не раз!.. – Не пью. Пока. *Бутылка не продаст и не предаст, она верна до последнего* [НКРЯ: Экобаба и дикар (1998-2007) // «Зарубежные записки», 2009, М. Гиголашвили].

Метафора *не бутылка, а матушка* (8) иллюстрирует как алкогольная зависимость становится суррогатом заботы и утешения, еще раз иллюстрируя её власть над зависимым, ср.:

(8) В той бутылке заключалась вся его поклажа, и была она удивительно легкой, хоть поила, грела, лечила, убаюкивала, – *не бутылка, а матушка* [НКРЯ: Казенная сказка, 1993. О. Павлов].

В (9) бутылка становится иконическим знаком культурной идентичности и образа жизни, ср.:

(9) В чем они! *В бутылке твои корни* – вот где. В твоей пьянке [НКРЯ: С. Шикера. Выбор натуры // «Волга», 2014].

Анализ М-модели «пьянство – это связь с бутылкой» в языках сравнения позволил выявить варианты модели, приведенные в табл. 1.

Таблица 1

Варианты М-модели «пьянство – это связь с бутылкой» в английском и русском языках

Английский язык	Русский язык
Пьянство – пагубная верность бутылке (1)–(3)	Пьянство – пагубная привязанность к бутылке (5)
Пьянство – пагубная вера в бутылку (4)	Пьянство – дружба с бутылкой (6)–(7)
	Пьянство – родственные отношения с бутылкой (8)
	Пьянство – культурная связь с бутылкой (9)

2. М-модель «опьянение на фоне жизненных проблем – это эскапизм через бутылку». М-модель «опьянение на фоне жизненных проблем – это эскапизм через бутылку» указывает на когнитивный механизм, через который алкогольное опьянение воспринимается как способ утешения, бегства или ложного товарищества.

Примеры (10)–(11) демонстрируют алкогольное опьянение как сомнительный источник утешения, сопоставляя бутылку с неуместной и ненадежной помощью, ср.:

(10) There had to be somebody you could have gone to for *help or for comfort*. There was. *A bottle*. *Not the strongest solution*. [COCA: Beauty and the Beast: A Later-Day Tale, 2007].

(11) Мама, не смотрите так! – заорала Валька. – Вы уже тоже *нашли утешение*, *бутылка с утра*, сигарета с травкой в зубы – и никаких проблем [НКРЯ: Л. Петрушевская. Маленькая волшебница // «Октябрь», 1996].

Примеры (12)–(13) подчеркивают роль опьянения как иллюзорного источника уверенности в себе, иллюстрируя его способность маскировать страхи, ухудшать суждение и усугублять уязвимость в моменты кризиса, ср.:

(12) The driver of the coach was a little old man with nervous movements and *a half-empty bottle sitting next to him for comfort*. [COCA: Give me a Texas ranger, 2010, Th. Jodi et al.].

(13) When a messenger came with news that Washington's men were crossing the Delaware, the *Hessians became jittery*. *Rall didn't*. *He had a cure – a bottle*. [COCA: Hessians in the Revolutionary War, 1992].

В примере (14)–(16) опьянение выступает в качестве механизма преодоления трудностей, ср.:

(14) Before the fall that had crippled him, he'd drunk too much and beaten his wife and boy. Afterward with only Kane to take care of him, Pop had been reduced to a bitter shell of a man who sought *solace and relief from the bottle* [COCA: Whispers, 2017, L. Jackson].

(15) Военные невольно искали *отдушину и зачатую находили ее в бутылке* [НКРЯ: В. Быков. Волчья яма (1999) // «Дружба народов», 15.07.1999].

(16) Из дома, где коллективы предателей живут и жены-стукачки процветают. Ни здесь, ни там мне никогда ничего не откроется, кроме бутылки. И *страсть его на дне бутылки давным-давно, давным-давно!* [НКРЯ: Новый сладостный стиль, 1997. В. Аксенов].

В примерах (17)–(21) показана метафора эскапизма, общественная и индивидуальная борьба с глубокими эмоциональными или психологическими проблемами посредством изменения сознания с помощью алкогольного опьянения, ср.:

(17) Tracy Parks tried to *hide in a bottle*. T-PARKS: I just drank because that's how I hid my pain as a teenager [COCA: CNN Newsroom, 2008, Escape from Jonestown].

(18) It got bad, *I hid in the bottle*. – Regret for the past is a waste of spirit [COCA: NYPD Blue (1993–2005), You Bet Your Life, 1994].

(19) Well, no offense to your mother, Olivia, but you can't *hide behind a bottle*. [COCA: Law & Order: Special Victims Unit, 2009, Hammered].

(20) He said that the department is doing a better job of caring for its own than it did 20 years ago, pointing to efforts such as the San Francisco department's critical incident response teams that debrief officers involved in shootings and other traumatic events. «Prior to that, guys would just go *hide it in a bottle*», Ryan said. «It was the drill sergeant attitude from World War II» [COCA: San Francisco Chronicle, 1996, Stress on the Beat, S. Sward].

(21) You can't *hide yourself in a bottle*. People are dying here! We need you [COCA: SeaQuest 2032, Knight of Shadows, 1993].

В примерах (22)–(23) бутылка в руке опьяневшего предстает средством эскапизма, ср.:

(22) As we rode along a hot and dusty road, there was a man lying on the ground, unshaven, red-faced, *bottle in hand*, obviously hitting bottom [COCA: America Magazine, Carrots, sticks and children: A revolution in drug policy, 2001, Joseph A Califano Jr].

(23) Of course, I'm upset. Then why aren't you showing it? How many times have you told us keeping things bottled up is a great way to end up with *a bottle in your hand*? [COCA: Mom, 2013 (2018), Flying Monkeys and a Tank of Nitrous].

В (24) близость к бутылке указывает на то, что чрезмерное употребление спиртного используется как средство утешения, особенно во времена эмоциональных потрясений, ср.:

(24) Didn't really look like Sarah wanted my help. Not the last time I saw her. She was *curled up with her boyfriend and a bottle*. [COCA: Beverly Hills, 90210, 1992, Cardio-Funk].

В примерах (25)–(27) бутылка – это эмоциональное отстранение от проблем через некое забытие и приподнятое настроение, которое вызывает алкогольное опьянение, ср.:

(25) But tonight, your memory found me much too sober, couldn't drink enough to keep you off my mind. *Tonight, the bottle let me down and let your memory come around* [COCA: Fresh Air 12:00 AM EST, 2016].

(26) *It was numbness in a bottle, oblivion in liquid form*. Demeter knew this because she had already systematically run through every drop of alcohol in her parents' house [COCA: Summerland, 2012, E. Hilderbrand].

(27) It was a hutch for quick rabbit-matings, *a cell where lonely men could beat themselves to sleep with a dark brown bottle* [COCA: The Way Some People Die, 2012, J.R. Macdonald].

В (28)–(29) бутылка ассоциируется с утешением, возможностью отвлечься от повседневных трудностей. В этих контекстах опьянение стано-

вится способом не только поднять настроение, но и элементом праздника души или эмоционального освобождения, ср.:

(28) Как говорит Задорнов, оптимист и на кладбище видит плюсики; так и здесь – глухое общежитие, *нищие люди, создающие праздник при помощи бутылки*, они все равно действительно жили... [НКРЯ: Форум: комментарии к фильму «Все будет хорошо», 2008-2011].

(29) Помню, как мы, провожая его взглядом, держали пари: что сегодня в портфеле Давуда – кусок колбасы? свежая рыбина, которая неминуемо будет зажарена в ближайшей чайхане? *початая бутылка для праздника души?* [НКРЯ: Любовь моя – мелодия, 1999, М. Магомаев].

Анализ М-модели «опьянение на фоне жизненных проблем – это эскапизм через бутылку» в языках сравнения позволил выявить варианты модели, приведенные в табл. 2.

Таблица 2

Варианты М-модели «опьянение на фоне жизненных проблем – это эскапизм через бутылку» в английском и русском языках

Английский язык	Русский язык
Опьянение на фоне проблем – сомнительное утешение в бутылке (10)	Опьянение на фоне проблем – сомнительное утешение в бутылке (11)
Опьянение на фоне проблем – утешение в бутылке (14)	Опьянение на фоне проблем – утешение в бутылке (15)–(16)
Опьянение на фоне проблем – уверенность через бутылку (12)–(13)	Опьянение на фоне проблем – праздник с бутылкой (28)–(29)
Опьянение на фоне проблем – убежище в бутылке (17)–(21)	
Пьянство на фоне проблем – бутылка в руках (22)–(24)	
Опьянение на фоне проблем – забытие через бутылку (25)–(27)	

3. М-модель «избавление от алкогольной аддикции – это отдаление от бутылки». Эта модель основана на метафоре дистанцирования от бутылки и отражает процесс избавления от алкогольной аддикции.

В (30)–(33) *give up the bottle* предполагает отказ от алкогольной аддикции, ср.:

(30) Say you're an alcoholic. One day you decide to *give up the bottle* [COCA: Crime Scene Investigation (2000–2015), 2005, Big Middle].

(31) ALBJ, as we shall call him, told five funny stories, including the one about the old boy advised by his doctor that his hearing problem would be improved if he *gave up the bottle* [COCA: Austin American Statesman, 2012].

(32) Praise the Lord! – Amen! I say to you, if you wanna *give up the bottle*, who you gonna talk to? [COCA: Leap of Faith, 1992].

(33) A 50-year study of alcoholic men indicated that depression rarely leads to uncontrolled alcohol use, although alcoholics often get depressed, and suggested that hard-core alcoholics stand the greatest chance both of *giving up the bottle* and of dying young [COCA: Science

News, 1993 (Dec18), Science news of the year, P. Young].

В примере (34) вышеописанная метафора расширяется для описания пьянства в качестве проблемы американской нации, ср.:

(34) We're depressed because we thought this was the day our Uncle Sam would *throw down the bottle* and acknowledge that he has an addiction problem [COCA: <http://www.peekinthewell.net/blog/lets-come-up-with-some-names-for-things>, 2012].

Примеры (35)–(37) напрямую соотносятся с метафорой движения, где подразумевается физическое и метафорическое дистанцирование от употребления алкоголя как источника вреда, ср.:

(35) You know where to find me. Alcohol's a depressant, Chief. *Step away from the bottle*. is that your professional opinion? Nope. It's personal, empirical and anecdotal [COCA: Dirty Sexy Money: Ep. Bad Guy, 2009].

(36) У нас мы это видим в среде небольшого контингента опустившихся людей, прежде всего алкоголиков, но это другое дело, они в каком-то смысле счастливы и не хотят *оторваться от бутылки* [НКРЯ: «Совок» вспоминает свою жизнь, 1998, С. Г. Кара-Мурза].

(37) Помню один любопытный звонок: просили «деликатно» *отстранять* Хасбулатова «от бутылки» ... [НКРЯ: Пять лет среди евреев и мидовцев, или Израиль из окна российского посольства, 1999, А. Бовин].

Пример (38) отражает внешние социальные усилия по борьбе с алкогольной зависимостью, ср.:

(38) В числе других мер по борьбе с пьянством были и неоднократные попытки отдельных предпринимателей *отвлечь рабочих от бутылки* посредством организации культурного досуга [НКРЯ: Ю. Демиденко. Что пили в старом Петербурге // «Теория моды», 2011].

Анализ М-модели «избавление от алкогольной аддикции – это отдаление от бутылки» в языках сравнения позволил выявить вариантные модели, приведенные в табл. 3.

Таблица 3

Варианты М-модели «избавление от алкогольной аддикции – это отдаление от бутылки» в английском и русском языках

Английский язык	Русский язык
Излечиться от алкоголизма – отойти от бутылки (35) Излечиться от алкоголизма – порвать с бутылкой (30)–(33) Излечиться от алкоголизма – отклонить бутылку (34)	Излечиться от алкоголизма – отойти от бутылки (36)–(37) Излечиться от алкоголизма – отвлечься от бутылки (38)

4. М-модель «душевный подъем на фоне опьянения – это бутылка как причина хорошего настроения». В этой модели бутылка является своеобразным маркером веселья или хорошего настроения.

В примерах (39)–(40) отражается пьяное удовольствие или удовлетворение, получаемое от опьянения, ср.:

(39) She remembered it well, the angrylooking young man, how the ball in his throat rose and fell with simple *pleasure from the bottle*; it ran for years [COCA: Ploughshares 2000].

(40) By the time she is finished, Evelio will be gone with a bent pride that she may not be able to re-erect, and then the only night's *pleasure will come from a bottle* [COCA: Literary Review, 2002, At Least It's Free, L. Albritton].

В выражении (41) бутылка становится метафорой хмельной радости, перенесенной на праздничное настроение, особенно в контексте социальных взаимодействий, ср.:

(41) Крестьяне будут работать, но вот городские гости привезут с собой столько *праздничного настроения (в том числе и в бутылках)*, что может тяжело сказаться на работе [НКРЯ: Г. В. Мясников. «Душа моя спокойна...»: из дневников разных лет. // Наше Наследие. 2001. № 59-60., 2001].

Бутылка (42)–(43) воспринимается как необходимый атрибут торжества, ср.:

(42) А тут у дочери как раз *день рождения, бутылка пригодилась* [В. В. Ершов. Дневник (1991) // Летные дневники. 1984–2002 годы].

(43) Боже мой, *какое это счастье!*.. Немедленно *бутылка достается, чтобы отметить*. [НКРЯ: Л. Якубович, А. Политковский, А. Мазепа. Очень мужской диалог о детях // «Общая газета», 1998].

Анализ М-модели «душевный подъем на фоне опьянения – это бутылка как причина хорошего настроения» в языках сравнения позволил выявить вариантные модели, приведенные в табл. 4.

Таблица 4

Варианты М-модели «душевный подъем на фоне опьянения – это бутылка как причина хорошего настроения» в английском и русском языках

Английский язык	Русский язык
Подъем настроения на фоне опьянения – наслаждение из бутылки (39)–(40)	Подъем настроения на фоне опьянения – праздничное настроение в бутылке (41) Подъем настроения на фоне опьянения – бутылка как атрибут праздника (42)–(43)

5. М-модель «пьянство – это утрата свободы воли через бутылку». Через данную М-модель бутылка приобретает роль порабащающей силы, которая, в свою очередь, представляет собой алкогольная зависимость в жизни человека.

Метафора в (44)–(45) представляет алкоголизм в виде порабащающей силы, иными словами, она отражает способность алкоголизма лишать людей силы воли и личной свободы действий, ср.:

(44) «Free», she said, «but enslaved to a bottle. Don't forget that. The booze, and the drugs, and the wild parties... the sex!» [COCA: Sewanee Review, 1996, Lucky's blues, Th. Bontly].

(45) If I could sit within arm's reach of a whole bar full of alcohol and not touch a drop, I'd prove that I was still my own man, not a slave to the bottle [COCA: Fantasy & Science Fiction, 2014, The End of the Silk Road, Levine, David D].

В примере (46) отражается восприятие алкогольной аддикции в виде добровольной тюрьмы, из которой трудно сбежать, ср.:

(46) Любое слово, поставленное в кавычки, обретает таинственную многозначительность. *Тюрьма для алкоголиков: «Бутылки»* [НКРЯ: Заметки на полях шляпы, 1997, Н. Богословский].

Выражение (47) показывает психологическую доминацию алкогольной зависимости над индивидом, ср.:

(47) When the Expressionist nightmare of the *giant bottle enveloping the consciousness* of the alcoholic hero ruptures the film's wonderfully, meticulously detailed realist tone... [COCA: We Need to Talk About Terry: A Roundtable on The Tree of Life, 2012].

Анализ М-модели «пьянство – это утрата свободы воли через бутылку» в языках сравнения позволил выявить варианты модели, приведенные в табл. 5.

Таблица 5

Варианты М-модели «пьянство – это утрата свободы воли через бутылку» в английском и русском языках

Английский язык	Русский язык
Пьянство – порабащающая сила бутылки (44), (45) Пьянство – поглощение сознания бутылкой (47)	Пьянство – бутылка как тюрьма (46)

6. Метафорическая модель «пьянство как национальный стереотип – это бутылка как культурный атрибут». Данная модель выходит за рамки личной зависимости и включает культурные ассоциации, усиливая идею о том, что бутылка практически неотделима от жизни некоторых людей.

Пример (48) подчеркивает стереотип, связывающий ирландскую идентичность с пьянством, ср.:

(48) I've never seen an *Irish male w/o a bottle in hand or mouth*. And, no, the jobs are not coming back to America [COCA: Presenting the World's Biggest Hedge Fund You Have Never Heard, 2012].

В примере (49) метафора бутылки олицетворяет социальные привычки, укоренившиеся в советское время, где алкоголизм был серьезной государственной проблемой (Фокин, 2014), а спиртное часто выступало посредником повседневной жизни, ср.:

(49) Дешевое пока спиртное у нас – *уступка люмпену, расплата за совковый образ жизни*, где все – *через бутылку* [НКРЯ: В. В. Ершов. Дневник, 1992].

Анализ М-модели «пьянство как национальный стереотип – это бутылка как культурный атрибут» в языках сравнения позволил выявить варианты модели, приведенные в табл. 6.

Таблица 6

Варианты М-модели «пьянство как национальный стереотип – это бутылка как культурный атрибут» в английском и русском языках

Английский язык	Русский язык
Пьянство как ирландский стереотип – ирландец с бутылкой (48)	Пьянство как постсоветский стереотип – постсоветская жизнь через бутылку (49)

7. М-модель «опасное поведение на фоне опьянения – это бутылка как причина». Эта модель демонстрирует, как «бутылка» использу-

ется для объяснения, оправдания или переложения вины за безрассудное, аморальное или опасное поведение на состояние алкогольного опьяне-

ния. Эта концепция отражает тенденции связывать употребление алкоголя с потерей контроля, безрассудством или агрессией

В примерах (50)–(52) опьянение играет роль козла отпущения, то есть происходит попытка снять ответственность за аморальное действие, ср.:

(50) Number one is that he has taken the cowards way out here, and I think people have to understand that his initial excuse for this behavior of his was exactly the same excuse that Richard Allen Davis used when he murdered my daughter, Polly. «The devil made me do it. *The bottle made me do it*» [COCA: CNN, 2006, Breaking News in Foley's Case].

(51) *Blaming it on the bottle* is a pretty weak move, but at least he didn't? [COCA: An Apology | Slog, 2012].

(52) Democrats accuse Republicans and their lobbyist allies of being motivated by greed. Ney, who recently checked himself into an alcohol rehabilitation clinic, *blames the bottle* [COCA: Washington Monthly, 2006, Poison Pill, Dreyfuss, Barbara T.].

В примере (53) отражается причинно-следственная связь между алкогольным опьянением и рискованными, саморазрушительными действиями индивида, ср.:

(53) What? Accidents. Four, five times in the hospital. I mean, *it's got to be the bottle*, right? Which hospital? February, cracked collarbone [COCA: Law & Order, 1993, Pride and Joy].

Анализ позволяет выделить следующие М-модели в английском языке: 1) аморальное поведение на фоне опьянения – бутылка как козел отпущения (46)–(47); 2) рискованное поведение на фоне опьянения – бутылка как фактор риска (48).

8. М-модель «опьянение как показатель упадка – это бутылка как ценность». Данная модель демонстрирует как опьянение становится своего рода наградой социально-экономических отношениях. Она отражает уровень отчуждения, при котором труд или услуги оцениваются через призму алкогольной компенсации.

Примеры (54)–(57) иллюстрирует восприятие бутылки как «естественного» средства взаиморасчета в трудовых или межличностных отношениях, ср.:

(54) Я был всегда (а сейчас твердокаменно) уверен: *работному надо* то-то и то-то, и много, и – от сих до сих. *И бутылку* [НКРЯ: Дневник, 1991, В. В. Ершов].

(55) Сколько, сколько!.. *На бутылку... Отработав...* – Знаю я вашу работу. – Вера Ивановна запустила руку под тюфяк [НКРЯ: Поп и работник, 1991, С. Е. Каледин].

(56) «Не посадишь!» – огрызался тот. И *требовал на бутылку* [НКРЯ: Подиум, 2000, Т. Моспан].

(57) А почему торт, *а не бутылка*? У вас борьба за трезвый образ жизни? [НКРЯ: Мужские игры, 1997, А. Маринина].

Пример (58) отражает крайнее проявление этой метафоры – бутылка становится маркером утраты моральных ценностей, ср.:

(58) *За бутылку родину продаст* – изверг, враг народа, морда каторжная! [НКРЯ: Земля – Сортировочная, 1990–1991, А. Иванов].

Анализ позволяет выделить следующие М-модели в русском языке: 1) опьянение как награда – бутылка как валюта (54)–(57); 2) пьянство как деградация – бутылка как наивысшая ценность (58).

9. М-модель «опьянение – это конфронтация с бутылкой». М-модель «опьянение – это конфронтация с бутылкой» представляет опьянение как некую конфронтацию, в которой бутылка выступает противником, что подчеркивает борьбу человека с зависимостью.

В примере (59) алкогольная зависимость концептуализируется как буквальное сражение с бутылкой, ср.:

(59) Loveless is 39, married, grew up poor, of course, *battled the bottle* [COCA: CBS_48Hours, 1996].

Выражение (60) метафорически описывает чрезмерное опьянение как бой с бутылкой, ср.:

(60) Last night I had *a fight with a bottle* A bottle full of whiskey bourbon I started a fight with a bottle [COCA: God's Pocket, 2014].

Анализ данной М-модели позволил выделить следующие варианты в английском языке: 1) пьянство – битва с бутылкой как саморазрушение (59); 2) чрезмерное опьянение – бутылка как серьезный противник (60).

10. М-модель «пьянство – это погоня за бутылкой». В модели «пьянство – это погоня за бутылкой» зависимость от алкоголя представлена как некое стремление или неустанная гонка за алкоголем, который становится главной целью в жизни, ср.:

(61) *Погоня за бутылкой* приводит людей в состояние близкое к помешательству [НКРЯ: Долина смертной тени, 1999, А. Приставкин].

(62) Кто у них там заведует правой гусеницей, кто левой, кто стреляет из пушки, кто из пулемета, кто по рации разговаривает, кто управляет оборотами двигателя ... кто на гауптвахте сидит, *кто бежит за бутылкой...* [НКРЯ: Русская книга военных, 1999, В. Тучков.].

Обсуждение и выводы

При обсуждении межъязыковых сходств и различий важно учитывать несколько их аспектов и уровней, так как метафорические универсалии и уникалии в разных языках проявляется по-разному. Исследование отражает многообразие

специфических моделей с в языках сравнения, варьирующих более крупные инвариантные структуры. Языки показывают сходство на уровне инвариантных метафорических моделей, хотя выражают различные аспекты на уровне вариантных моделей (см. табл. 7).

Таблица 7

М-модели «опьянение – это бутылка»

Модели-инварианты	Модели-варианты	
	Английский язык	Русский язык
Пьянство – это связь с бутылкой	Пагубная верность бутылке (1)–(3) Пагубная вера в бутылку (4)	Пагубная привязанность к бутылке (5) Дружба с бутылкой (6)–(7) Родственные отношения с бутылкой (8) Культурная связь с бутылкой (9)
Опьянение на фоне жизненных проблем – это эскапизм через бутылку	Сомнительное утешение в бутылке (10) Утешение в бутылке (14) Уверенность через бутылку (12), (13) Убежище в бутылке (17)–(21) Бутылка в руках (22)–(24) Забывшие через бутылку (25)–(27)	Сомнительное утешение в бутылке (11) Утешение в бутылке (15)–(16) Праздник с бутылкой (28)–(29)
Избавление от алкогольной аддикции – это отдаление от бутылки	Отойти от бутылки (35) Порвать с бутылкой (30)–(33) Отклонить бутылку (34)	Отойти от бутылки (36)–(37) Отвлечься от бутылки (38)
Подъем настроения на фоне опьянения – это бутылка как причина хорошего настроения	Наслаждение из бутылки (39)–(40)	Праздничное настроение в бутылке (41) Бутылка как атрибут праздника (42), (43)
Пьянство – это утрата свободы воли из-за бутылки	Порабощающая сила бутылки (44)–(45) Поглощение сознания бутылкой (47)	Бутылка как тюрьма (46)
Пьянство как национальный стереотип – это бутылка как культурный атрибут	Ирландец с бутылкой (48)	Постсоветская жизнь через бутылку (49)
Опасное поведение на фоне опьянения – это бутылка как причина	Бутылка как козел отпущения (46)–(47) Бутылка как фактор риска (48)	—
Опьянение как показатель упадка – это бутылка как ценность	—	Бутылка как валюта (54)–(57) Бутылка как наивысшая ценность (58)
Опьянение – это конфронтация с бутылкой	Битва с бутылкой как саморазрушение (59) Бутылка как серьезный противник (60)	—
Пьянство – это погоня за бутылкой	—	Погоня за бутылкой (61)–(62)

Анализ КМ «опьянение – это бутылка» позволил выделить следующие схожие характеристики в языках сравнения:

1. **Связь как метафоры зависимости.** В языках сравнения бутылка – иконический знак алкогольной зависимости (*faithful to the bottle, привязанность к бутылке*).

2. **Метафоры эскапизма.** Бутылка в обоих языках ассоциируется с бегством от реальности, способом справиться с трудностями или «скрыться» от проблем (*hide in the bottle, искать отдушины в бутылке*).

3. **Отдаление как избавление от алкоголизма.** В обоих языках отдаление от бутылки отражает излечение от алкоголизма (*give up the bottle, отстранять от бутылки*).

4. **Разрушительные последствия пьянства.** Оба языка подчеркивают деградацию личности под влиянием алкоголя, используя метафоры, акцентирующие потерю человеческого облика (*bottle in hand, obviously hitting bottom; за бутылку родину продаст*).

5. **Поднятие настроения.** В обоих языках бутылка воспринимается как некое средство для со-

здания приятного настроения (*pleasure from the bottle, праздничное настроение в бутылках*).

6. **Культурные стереотипы.** Опьянение связывается с определенными национальными или социальными особенностями (*an Irishman with a bottle in hand; расплата за совковый образ жизни, где все – через бутылку*).

7. **Зависимость как метафора порабощения.** Алкогольная зависимость в обоих языках воспринимается как нечто, ограничивающее свободу человека (*slave to the bottle, тюрьма для алкоголиков: «Бутылки»*).

Также были выделены аспекты, которые показывают различия в восприятии данной метафоры в языках сравнения:

1. **Восприятие связи с бутылкой.** В английском языке эта связь чаще изображается через абстрактные категории, такие как верность или вера (*faithful to the bottle, faith in the bottle*). В русском языке персонификация бутылки более выражена – она становится другом, товарищем или даже материнской фигурой (*водит дружбу с бутылкой, бутылка – матушка*).

2. **Эмоциональный контекст.** В английском языке употребление алкоголя изображается как индивидуальный способ справиться с проблемами или поднять настроение (*solace in the bottle, pleasure from the bottle*). В русском языке данный аспект связан с коллективными ритуалами, отражая культурное представление о праздниках и застольях (*праздник при помощи бутылки, бутылка пригодилась для дня рождения*).

3. **Отношение к национальным стереотипам.** В английском восприятии национальные стереотипы юмористичны и связаны с образом алкоголика в конкретной культуре (*an Irishman with a bottle*). В русском языке национальный стереотип воспринимается через призму социально-экономических проблем, таких как бедность или упадок (*расплата за совковый образ жизни, где все – через бутылку*).

4. **Восприятие пьянства как морального наказания.** В английском языке бутылка становится виновником аморального или рискованного поведения (*blame the bottle, the bottle made me to do it*). В русском языке бутылка воспринимается в контекстах, в которых труд или услуги обесцениваются, а опьянение становится некой наградой, что отражает деградацию, социальное отчуждение и экономическую нестабильность (*требовать на бутылку, отработать за бутылку*).

5. **Восприятие алкоголизма.** В английском языке описывается как сражение, а пьянство – как

борьба с самим собой, где бутылка становится противником, часто сильным и опасным (*battled the bottle*). В русском языке алкоголизм показан как бесконечное стремление к алкоголю, где бутылка становится конечной целью (*погоня за бутылкой*).

Анализ показал, что смыслы, которыми оперирует данная КМ, выходят далеко за пределы словарный дефиниций. Они формируются в динамическом взаимодействии контекста и лексических единиц, где контекст представляет изменчивую, ситуативную сторону, а лексические единицы – фоновые знания и культурные коды. Таким образом, метафора становится инструментом осмысления не только алкогольного опьянения, но и широкого спектра социально-культурных явлений. Понимание механизмов метафоризации, как в рамках одной культуры, так и в межкультурной перспективе, важно для более глубокого осмысления универсальных и уникальных черт человеческого мышления. Таким образом, исследование не только иллюстрирует роль языка как инструмента концептуализации реальности, но и открывает новые горизонты для анализа взаимодействия культуры и когнитивных механизмов.

Библиографический список

1. Бабенко Л. Г. Чувство любви в метафорическом пространстве русского языка: основные проекции и модели / Л. Г. Бабенко, М. А. Романова // Вопросы когнитивной лингвистики. 2024. № 1. С. 17–28.
2. Баранов А. П. Дескрипторная теория метафоры. Москва : Языки славянской культуры, 2014. 630 с.
3. Джинджолия Г. Фразеологизмы, описывающие состояние опьянения // Поволжский педагогический вестник. 2021. Т. 9. № 4(33). С. 66–72.
4. Козлова Л. А. Метафора как отражение этнокультурной детерминированности когниции // Russian Journal of Linguistics. 2020. Т. 24. № 4. С. 899–925. DOI: 10.22363/2687-0088-2020-24-4-899-925.
5. Кожевников А. Ю. Между первой и второй...: словарь алкогонимов. Москва : ОЛМА Медиа Групп, 2007. 311 с.
6. Национальный корпус русского языка. URL: <http://www.ruscorpora.ru> (дата обращения 23.03.2025)
7. Новицкая И. В. Теория концептуальной метафоры и развитие альтернативных концепций в рамках когнитивного направления метафорологии (по материалам современной англистики) // Язык и культура. 2019. № 46. С. 76–101.
8. Рюкова А. Р. Корпусные исследования метафоры (на примере метафоризации номинаций явлений природы) // Russian Linguistic Bulletin. 2023. № 10 (46). С. 4. DOI: 10.18454/RULB.2023.46.4.
9. Уразаев М. Д. Структурно-семантический анализ эвристивной лексики (на материале русского, ан-

глийского и немецкого языков). 2023. 180 с.

10. Фокин А. А. Зачем делают водку? // Родина. 2014. № 10. С. 159–160.

11. Chunyi L. A comparative study of idioms on drunkenness in Chinese and Spanish / L. Chunyi, A. Pamies // Yearbook of Phraseology. 2019. Vol. 10, No. 1. P. 89–112. <https://doi.org/10.1515/phras-2019-0006>.

12. Dickson P. Drunk: The Definitive Drinker's Dictionary. New York : Melville House Publishing, 2009. 202 p.

13. Dudley R. Ethanol, fruit ripening, and the historical origins of human alcoholism in primate frugivory // Integrative and Comparative Biology. 2004. Vol. 44, No. 4. P. 315–323. <https://doi.org/10.1093/icb/44.4.315>.

14. Jensen K. E. Corpora and Cultural Cognition: How Corpus-Linguistic Methodology Can Contribute to Cultural Linguistics // In: Sharifian F. (ed.). Advances in Cultural Linguistics. Singapore : Springer, 2017. P. 477–505. https://doi.org/10.1007/978-981-10-4056-6_22.

15. Kövecses Z. Extended Conceptual Metaphor Theory. Cambridge : Cambridge University Press, 2020. 220 p. DOI: 10.1017/9781108859127

16. Kövecses Z. et al. The lexical vs. corpus-based method in the study of metaphors / Z. Kövecses, L. Ambrus, D. Hegedüs, R. Imai, A. Sobczak // In: Bolognesi M., Brdar M., Despot Š. (eds.). Metaphor and metonymy in the digital age: Theory and methods for building repositories of figurative language. Amsterdam : John Benjamins Publ., 2019. P. 149–173. DOI: <https://doi.org/10.1075/mlcc.8.07kov>.

17. Kövecses Z. et al. Universality versus variation in the conceptualization of ANGER: A question of methodology / Z. Kövecses, R. Benczes, A. Rommel, V. Széldid // Russian Journal of Linguistics. 2024. Vol. 28, No. 1. P. 55–79. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-34834>.

18. Kramer O. Conceptual Metaphor Theory as a Prompting Paradigm for Large Language Models // arXiv. 2025. URL: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2502.01901> (дата обращения: 19.03.2025).

19. Krawczak K. Corpus evidence for lexical and genre effects in the metaphorical conceptualization of negative self-evaluative emotions: The case of shame and embarrassment // Language and Cognition. 2025. Vol. 17. Article e23. <https://doi.org/10.1017/langcog.2024.57>.

20. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. Chicago : University of Chicago Press, 1980. 256 p.

21. Linden-Carmichael A. N. et al. The language of subjective alcohol effects: Do young adults vary in their feelings of intoxication? / A. N. Linden-Carmichael, H.K. Allen, S. T. Lamza // Experimental and Clinical Psychopharmacology. 2021. Vol. 29, No. 6. P. 670–678. <https://doi.org/10.1037/pha0000416>.

22. Musolff A. Political Metaphor Analysis: Discourse and Scenarios. London/Oxford/New York/New Delhi/Sydney : Bloomsbury Publishing Plc, 2016. 194 p.

23. Sharifian F. Cultural conceptualizations and language: Theoretical framework and applications. – Am-

sterdam and Philadelphia : John Benjamins Publishing, 2011. 256 p.

24. The Corpus of Contemporary American English. URL: <https://www.english-corpora.org/coca/> (дата обращения: 19.03.2025)

25. Tran B. T. Universality vs. cultural specificity of anger metaphors and metonymies in English and Vietnamese idioms // Russian Journal of Linguistics. 2022. Vol. 26, No. 1. P. 74–94. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-24951>.

26. Zibin A. Metaphors across languages, cultures and discourses: A research agenda / A. Zibin, O. A. Solopova // Russian Journal of Linguistics. 2024. Vol. 28, No. 1. P. 7–32. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-37837>.

Reference list

1. Babenko L. G. Чувство любви в метафорическом пространстве русского языка: основные проекции и модели = The feeling of love in the metaphorical space of the Russian language: main projections and models / L. G. Babenko, M. A. Romanova // Вопросы когнитивной лингвистики. 2024. № 1. С. 17–28.

2. Baranov A. P. Deskriptornaja teorija metafory = Descriptive theory of metaphor. Moskva : Jazyki slavjanskoj kul'tury, 2014. 630 s.

3. Dzhindzholija G. Frazеологизмы, opisывajushhie sostojanie op'janenija = Phraseological units describing the state of intoxication // Povolzhskij pedagogicheskij vestnik. 2021. T. 9. № 4(33). С. 66–72.

4. Kozlova L. A. Metafora kak otrazhenie jetnokul'turnoj determinirovannosti kognicii = Metaphor as reflecting ethnocultural determination of cognition // Russian Journal of Linguistics. 2020. T. 24. № 4. С. 899–925. DOI: 10.22363/2687-0088-2020-24-4-899-925.

5. Kozhevnikov A. Ju. Mezhdju pervoj i vtoroj...: slovar' alkogonimov = Between the first and the second...: dictionary of alcoholonyms. Moskva : OLMA Media Grupp, 2007. 311 s.

6. Nacional'nyj korpus russkogo jazyka = National Corpus of the Russian Language. URL: <http://www.ruscorpora.ru> (data obrashhenija 23.03.2025)

7. Novickaja I. V. Teorija konceptual'noj metafory i razvitie al'ternativnyh koncepcij v ramkah kognitivnogo napravlenija metaforologii (po materialam sovremennoj anglistiki) = Theory of conceptual metaphor and the development of alternative concepts within the framework of metaphorology cognitive direction (based on modern English studies) // Jazyk i kul'tura. 2019. № 46. С. 76–101.

8. Rjukova A. R. Korpusnye issledovanija metafory (na primere metaforizacii nominacij javlenij prirody) = Corpus studies of metaphor (based on metaphorization of natural phenomena nominations) // Russian Linguistic Bulletin. 2023. № 10 (46). С. 4. DOI: 10.18454/RULB.2023.46.4.

9. Urazaev M. D. Strukturno-semanticheskij analiz jebrietivnoj leksiki (na materiale russkogo, anglijskogo i nemeckogo jazykov) = Structural and semantic analysis

of ebriety vocabulary (in the Russian, English and German languages). 2023. 180 s.

10. Fokin A. A. Zachem delajut vodku? = Why do they make vodka? // Rodina. 2014. № 10. S. 159–160.

11. Chunyi L. A comparative study of idioms on drunkenness in Chinese and Spanish / L. Chunyi, A. Pamies // Yearbook of Phraseology. 2019. Vol. 10, No. 1. P. 89–112. <https://doi.org/10.1515/phras-2019-0006>.

12. Dickson P. Drunk: The Definitive Drinker's Dictionary. New York : Melville House Publishing, 2009. 202 p.

13. Dudley R. Ethanol, fruit ripening, and the historical origins of human alcoholism in primate frugivory // Integrative and Comparative Biology. 2004. Vol. 44, No. 4. P. 315–323. <https://doi.org/10.1093/icb/44.4.315>.

14. Jensen K. E. Corpora and Cultural Cognition: How Corpus-Linguistic Methodology Can Contribute to Cultural Linguistics // In: Sharifian F. (ed.). Advances in Cultural Linguistics. Singapore : Springer, 2017. P. 477–505. https://doi.org/10.1007/978-981-10-4056-6_22.

15. Kövecses Z. Extended Conceptual Metaphor Theory. Cambridge : Cambridge University Press, 2020. 220 p. DOI: 10.1017/9781108859127

16. Kövecses Z. et al. The lexical vs. corpus-based method in the study of metaphors / Z. Kövecses, L. Ambrus, D. Hegedűs, R. Imai, A. Sobczak // In: Bolognesi M., Brdar M., Despot Š. (eds.). Metaphor and metonymy in the digital age: Theory and methods for building repositories of figurative language. Amsterdam : John Benjamins Publ., 2019. P. 149–173. DOI: <https://doi.org/10.1075/milcc.8.07kov>.

17. Kövecses Z. et al. Universality versus variation in the conceptualization of ANGER: A question of methodology / Z. Kövecses, R. Benczes, A. Rommel, V. Szelid // Russian Journal of Linguistics. 2024. Vol. 28, No. 1. P. 55–79. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-34834>.

18. Kramer O. Conceptual Metaphor Theory as a Prompting Paradigm for Large Language Models // arXiv.

2025. URL: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2502.01901> (data obrashhenija: 19.03.2025).

19. Krawczak K. Corpus evidence for lexical and genre effects in the metaphorical conceptualization of negative self-evaluative emotions: The case of shame and embarrassment // Language and Cognition. 2025. Vol. 17. Article e23. <https://doi.org/10.1017/langcog.2024.57>.

20. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. Chicago : University of Chicago Press, 1980. 256 p.

21. Linden-Carmichael A. N. et al. The language of subjective alcohol effects: Do young adults vary in their feelings of intoxication? / A. N. Linden-Carmichael, H. K. Allen, S. T. Lamza // Experimental and Clinical Psychopharmacology. 2021. Vol. 29, No. 6. P. 670–678. <https://doi.org/10.1037/pha0000416>.

22. Musolff A. Political Metaphor Analysis: Discourse and Scenarios. London/Oxford/New York/New Delhi/Sydney : Bloomsbury Publishing Plc, 2016. 194 p.

23. Sharifian F. Cultural conceptualizations and language: Theoretical framework and applications. – Amsterdam and Philadelphia : John Benjamins Publishing, 2011. 256 p.

24. The Corpus of Contemporary American English. URL: <https://www.english-corpora.org/coca/> (data obrashhenija: 19.03.2025)

25. Tran B. T. Universality vs. cultural specificity of anger metaphors and metonymies in English and Vietnamese idioms // Russian Journal of Linguistics. 2022. Vol. 26, No. 1. P. 74–94. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-24951>.

26. Zibin A. Metaphors across languages, cultures and discourses: A research agenda / A. Zibin, O. A. Solopova // Russian Journal of Linguistics. 2024. Vol. 28, No. 1. P. 7–32. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-37837>.

Статья поступила в редакцию 23.05.2025; одобрена после рецензирования 13.06.2025; принята к публикации 16.07.2025.

The article was submitted on 23.05.2025; approved after reviewing 13.06.2025; accepted for publication on 16.07.2025