

УДК 811.161.1'373.231+ 811.581'373.231

**А. В. Буркова, С. Б. Кураш, В. В. Струков**

**ТОПОНИМ-КОНЦЕПТ *КИТАЙ*  
КАК ОНОМАСТИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА В РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

*Статья посвящена функционированию топонима **Китай** в качестве ономастической метафоры. На материале русскоязычных интернет-ресурсов установлены наиболее распространённые структурно-смысловые модели исследуемых метафор, показаны особенности концептуализации данного онима, подчёркнута роль данного топонимического концепта в языковой картине мира восточных (русскоговорящих) славян.*

*Ключевые слова: топоним **Китай**, концепт, ономастическая метафора, лингвокультура.*

В современной науке об имени собственном топонимы рассматриваются не только как наименования географических объектов, имеющих точную денотативную соотнесённость, но и как потенциально коннотативные ономастические единицы и даже как своеобразные «свёрнутые тексты», включающие целый ряд ассоциативных моделей [1, с. 167–168].

Сказанное полностью справедливо и в отношении топонима *Китай*. Ранее исследователями отмечалось, что, помимо базового денотативного компонента «географическое название страны», топоним *Китай* в русскоязычном языковом сознании существует как концепт и может осложняться такими добавочными «информационными слоями», как «азиатская страна», «близкое к России расположение», «большая и красивая страна», «страна китайских товаров», «страна чая», «мудрая страна», «древняя страна», «страна с большим военным потенциалом», «страна, в которой не происходит серьезных изменений», «страна эмиграции», «чужая страна», «вторая родина» и др. [2].

Цель данного исследования заключается в выявлении характерных особенностей топонима *Китай*, функционирующего в качестве ономастической метафоры, т.е. онима, употреблённого вне прямой референции [3].

Исследование проводилось на материале русскоязычных интернет-ресурсов, из которых способом сочетания сплошной и направленной выборок был извлечён корпус контекстов, содержащих анализируемый топоним в качестве ономастической метафоры.

В результате обработки собранного материала нами установлены наиболее распространённые структурно-смысловые модели исследуемых метафор.

1. Порядковое числительное (= новый) + *Китай*.

В подавляющем большинстве случаев в качестве метафорообразующего порядкового числительного функционирует лексема *второй* (лишь в единичных случаях встречались иные нумеративы). Перифрастическим оборотом *второй Китай* обычно называют страны, которые рассматриваются как перспективные огромные рынки, близкие к китайскому, либо как стремящиеся ко внедрению тех экономических и технических инноваций, которые есть в Китае. Так, в статье «*Второй Китай*»: почему Apple хочет расширяться в Индии» речь идёт о перспективах появления Apple на индийском рынке, где Индия может стать для производителя электроники «вторым Китаем», который играет немаловажную роль в его бизнесе уже 15 лет ([https://vk.com/wall-198369919\\_3201](https://vk.com/wall-198369919_3201)). С тем же названием находим

публикацию о Вьетнаме, ср.: «**Второй Китай**. Состояние производства в современном Вьетнаме часто сравнивают с Китаем десятипятнадцатилетней давности, когда низкий уровень оплаты труда стал сильнейшим магнитом для привлечения иностранных инвестиций и производств с низкой добавочной стоимостью. (...) Помимо растущего экономически активного населения, стоит отметить и ряд договоров о свободной торговле, которые можно добавить в копилку инвестиционных и производственных преимуществ Вьетнама» (<https://scsg.ru/ru/blog/kitay-ili-ne-kitay>). То же перифрастическое обозначение получила Россия в публикации, посвящённой перспективам создания в стране собственной экосистемы цифровых сервисов, ср.: «в свою бытность главой этого ведомства [Газпром-медиа холдинг. – авт.] Жаров безуспешно пытался сделать из России в плане госрегулирования цифры **второй Китай**, к опыту которого он апеллирует и сейчас» (<https://drc.law/blog/shchit-budushchego-ili-kletka-proshlogo>).

Весьма близким тематически к ономастической метафоре *второго Китая* является выражение *новый Китай*, в котором адъективный компонент по сути эквивалентен числительному *второй*. Характерно, что и эта метафорико-ономастическая перифраза фиксируется, среди прочего, по отношению к Индии, ср.: «Индия – *новый Китай*? Почему родине Болливуда, чая и слонов пророчат мировое доминирование». В данной интернет-публикации, в частности, сообщается: *Все больше компаний предпочитают переносить производства из проверенного, но уже не столь выгодного для работы Китая в другие страны, которые уже через несколько лет могут стать «новым Китаем»*. Это связано с множеством факторов, которые в совокупности могут ознаменовать крах «дешевого» и удобного для ретейлеров китайского региона (<https://absatz.media/ekonomika/40799-indiya-novyj-kitaj-pochemu-rodine-bollivuda-chaya-i-slonov-prorochat-mirovye-dominirovanie>). Ср. также: *Новый Китай: чем индийский рынок онлайн-образования привлек инвесторов и бизнес* (<https://www.forbes.ru/mneniya/456155-novyj-kitaj-chem-indijskij-rynok-onlajn-obrazovania-privlek-investorov-i-biznes>); *Почему все говорят, что Вьетнам – это новый Китай? Разбираемся* (<https://magazeta.com/china-vietnam>).

2. Оттопонимическое прилагательное + *Китай*. В контекстах подобного рода обычно актуализируются те добавочные информативные слои топонима-концепта Китай, которые обусловлены устойчивыми ассоциациями, связанными с Китаем, в языковом сознании

представителей иных лингвокультур, как правило, положительными (значимость и авторитет Китая как великой страны, мудрость китайцев, бурный технический прогресс и т. п.), ср.: *Наш маленький белорусский Китай, точно так же, как его прообраз на берегу Желтого моря, в последние десять лет ... набирает экономическую мощь, и не за счет выкачивания недр, а за счет все тех же тракторных моторов для "Беларуси", столь много раз осмеянных нашими подневалами олигархов* (<https://zavtra.ru/blogs/2002-11-1925>); *Вблизи Минска строится большой город, по территории равный половине Минска – индустриальный парк «Великий камень». (...) Нам стоит обратить внимание не на тот большой Китай, который далеко, а на маленький белорусский Китай и потренироваться работать здесь...* (<https://press.lv/post/ekspert-latvii-net-na-karte-shelkovogo-puti-a-belarus-est-nado-sotrudnichat>); *С чистой душой. В Валище строят храм и возрождают полесский Китай. Заветное желание Андриевича – возродить полесский Китай. Китаем в свое время и величали Валище. Здесь меньше четверых ребят в семье иметь считалось делом неправильным. Деревня всегда была работающая, многолюдная, во дворах не стихал детский гомон* (<https://www.sb.by/articles/s-chistoy-dushoy-v-valishche-stroyat-khram-i-vozrozhdayut-polesskiy-kitay.html>); *И у Берлина, и у Пекина нет экспансионистских намерений – они просто очень успешные и встроенные в глобальную экономику, – это выдержка из интернет-публикации «Европейский Китай», в которой такое метафорическое обозначение получила Германия* (<https://svop.ru/news/6593/>).

### 3. Притяжательное местоимение + *Китай*.

По отношению к данной формуле об ономастической метафоре можно говорить весьма условно, поскольку здесь топоним не теряет функции прямой референции. Однако выражения типа *мой Китай, свой Китай* и т.п. добавляют к семантике топонима субъективно-оценочные коннотации, что и сближает его употребление с тропеическим. По большому счёту здесь не столько номинируется государство, сколько концептуализируется некий персональный его образ (представление о Китае). Так, на одном из интернет-ресурсов находим следующую публикацию: Феликс Комаров: «У каждого свой Китай...», в которой её автор комментирует по просьбе собеседника заглавную фразу: *Да, у каждого свой Китай. Кто сегодня не говорит о Китае? Все говорят. Например, то, что китайцев надо бояться, потому что их много. А потом вспоминают: но ведь они такие трудяги, столько сделали, какие они молодцы! По большому*

счету, люди говорят о серьезнейших вещах, жизнеопределяющих для Китая. Но на самом деле Китай они не знают. Они судят о нем по каким-то фильмам, по скудной информации из каких-то источников и имеют довольно поверхностное представление о стране. А надо поехать туда, увидеть и понять, как непросто там людям все достается. И одно дело ты как русский турист туда приезжаешь. А другое дело – побыть в Поднебесной подольше, узнать ближе людей. Тогда ты сможешь начать только догадываться о том, что это за страна. Поднебесная... она взрослее нас в разы! У нас разная культура, мы по-разному думаем и выглядим, даже культура питания у нас отличается. Но в то же самое время мы – соседи. У нас самая большая сухопутная граница. И у нас есть тысяча моментов и возможностей, чтобы нам вместе было хорошо (<http://rareearth.ru/ru/news/20171116/01143.html>). Ср. также аналогичные материалы: *Мой Китай. В воспоминаниях, дневниках, заметках* (<https://publications.hse.ru/articles/210766707>); *Мой Китай* ([https://dzen.ru/id/5f98780ef663073f5483f50a?utm\\_referer=yandex.by](https://dzen.ru/id/5f98780ef663073f5483f50a?utm_referer=yandex.by)) и пр.

#### 4. Отрицательная метафора «X – это не Китай».

Здесь так же, как и в предыдущем ряде примеров, денотативный компонент топонима Китай сохраняется, однако, будучи помещённым в структуру так называемой «отрицательной метафоры», семантика топонима подвергается определённым трансформациям, в результате чего Китай концептуализируется в свете определённых стереотипных представлений о нём, выступающих в качестве определённой «точки отсчёта» при оценочно-образной характеристике другого государства или периода развития (X – наименование этого государства). Ср., например, интернет публикации (или выдержки из них) типа *Вьетнам – это не Китай* (<https://aif.ru/money/economy/1020150>); *Россия 2021 года – это не Китай 70-х* (<https://rus.delfi.ee/statja/94690509/ekonomist-rossiya-2021-goda-eto-ne-kitay-70-h-i-ne-ispaniya-pozdnego-franko>); *Сегодняшний Китай – это не Китай столетней давности*, который был беден и слаб... (<https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/15441001>); Тем не менее Россия – это не Китай, чья экономика примерно в 10 раз больше и гораздо более тесно связана с остальным миром (<https://24tnews.ru/20220509/20404-analiticheskii-centr-pekina-dlia-ssha-kitai-polnostu-otlichaetsia-ot-rossii/>).

Функционирование топонима *Китай* во вторично-номинативной функции в ещё большей степени концептуализирует данный оним: во-первых, актуализируются дополнительные информационные слои концепта, задействуется его коннотативный потенциал: во-

вторых, наименование инокультурной реалии входит в корпус средств, номинирующих аксиологически значимые понятия и представления лингвокультуры русскоязычного пространства, относимых к так называемым «лингвокультурным идентификаторам» (ср.: *белорусский Китай, полесский Китай* и т. п.) [4].

Предложенные наблюдения – лишь малая часть того, что вообще можно сказать о «вписанности» концепта *Китай* в картину мира восточных славян; однако и этот фрагмент, на наш взгляд, достаточно важен. Это ещё один пример взаимопроникновения достаточно разных, но вместе с тем представляющих взаимный интерес лингвокультур.

Закономерно в связи с этим рассуждение профессора В. И. Ковалёва, представленное в его недавно вышедшей интереснейшей монографии, которое можно принять в качестве вывода-перспективы: «Действительно, китайская культура, неотъемлемой частью которой является китайский язык, поражает прежде всего своей уникальностью и национальным колоритом – чертами, которые могут представляться препятствием для проведения сопоставительно-типологических исследований. Вместе с тем, китайско-славянские сопоставления в сфере традиционной культуры и языков как формы её проявления не только возможны, но и вполне естественны» [5, с. 6].

*Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства образования Республики Беларусь (Договор №1410/2021, ГПНИ «Общество и гуманитарная безопасность белорусского государства» на 2021–2025 гг.).*

#### **Список использованных источников**

1. Горбаневский, М. В. Русская городская топонимия : Методы ист.-культур. изучения и создания компьютер. слов. / М. В. Горбаневский; О-во любителей рос. словесности, Ин-т яз. народов России. – М. : ОЛРС, 1996. – 303 с.
2. Ши Ся. Концепт КИТАЙ в русском быденном языковом сознании : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Ши Ся; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – М., 2008. – 22 с.
3. Ратникова, И. Э. Ономастические единицы вне прямой референции в русском публицистическом тексте: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.02; Беларус. гос. ун-т / И. Э. Ратникова. – Минск, 2003. – 33 с.
4. Буркова, Г. В. Уласнае імя як лінгвакультурны ідэнтыфікатар / Г. В. Буркова, А. В. Кавалёва, С. Б. Кураш // Региональная ономастика: проблемы и перспективы исследования : сб. науч. ст. / ВГУ имени П. М. Машерова ; /

редкол.: Ю. В. Дулова (отв. ред.) [и др.]. – Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2023. – С. 18–22.

5. Коваль, В. И. Славянско-китайские этноязыковые параллели (из опыта лаовая) / В. И. Коваль; Гомельский гос. ун-т им. Ф. Скорины. – Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2022. – 257 с.

*The article is devoted to the functioning of the toponym **China** as an onomastic metaphor. Based on the material of Russian-language Internet resources, the most common structural and semantic models of the studied metaphors are established, the features of the conceptualization of this onym are shown, the role of this toponymic concept in the linguistic picture of the world of Eastern (Russian-speaking) Slavs is emphasized.*

*Key words: toponym **China**, concept, onomastic metaphor, linguoculture.*

**Кураш Сергей Бонифациевич** – доктор филологических наук, доцент; Мозырский государственный педагогический университет имени И. П. Шамякина (text2005@mail.ru);

**Буркова Анна Викторовна** – кандидат филологических наук, доцент; Мозырский государственный педагогический университет имени И. П. Шамякина (text2005@mail.ru);

**Струков Виктор Викторович** – независимый исследователь; Мозырский государственный педагогический университет имени И. П. Шамякина (text2005@mail.ru).