

Купрікова Г. В.

ПВНЗ Харківський гуманітарний університет «Народна українська академія»

ОСОБЛИВОСТІ РЕЦЕПЦІЇ КОНЦЕПТУ *КИТАЙ* В УКРАЇНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ

*Роботу присвячено вивченню особливостей вербалізації концепту **КИТАЙ** в українській мовній картині світу. Розгляд аналізованого концепту здійснено за допомогою звернення до корпусу ГРАК, який на сьогодні є однією з найбільш репрезентативних колекцій текстів різного спрямування українською мовою.*

*У дослідженні концепт **КИТАЙ** вважаємо ономастичним топонімічним концептом, ядерні компоненти якого збігаються зі словниковими дефініціями. Зокрема, визначено, що до інформаційного шару – ядра – належить смислове наповнення Китай – країна на Сході, яке в різних текстах обростає додатковими уточненнями, наприклад, що це азіатська країна, велика країна, могутня країна тощо.*

*Також визначено притягальну зону, яку формують семантичні сфери **КИТАЙ** – **КРАЇНА НА СХОДІ**, **КИТАЙ** – **ЗАГРОЗА**, **КИТАЙ** – **ПРОДУКЦІЯ**, **КИТАЙ** – **ВИДАТНА КРАЇНА**, **КИТАЙ** – **ЖИТЕЛІ КРАЇНИ**, **КИТАЙ** – **ЕКОНОМІКА**. У межах кожної сфери функціонує низка смислових наповнень.*

*Створений образ Китаю має амбівалентну оцінку, причому негативні конотації актуалізовані в межах можливої експансії, поширенню хвороб, у тому числі й Covid-19, в асоціаціях Китаю з китайськими товарами низької якості. Позитивні уявлення про давню китайську культуру полягають у її вітальній силі, увагою до принципу «здоровий дух у здоровому тілі». Таким чином, концепт **КИТАЙ** в українській мовній картині світу має стереотипні риси й пов'язаний, з одного боку, з почуттям недовіри, а з іншого, із почуттям глибокої поваги чи навіть заздрості, якщо йдеться про економічні досягнення китайської економічної сфери.*

*З'ясовано також, що в україномовних текстах про Китай домінують ознаки як країни, що поєднує в собі контрастні риси, давньої країни, яка домінує в економічному розвитку. Деталізація концепту **КИТАЙ** виявляється ментальними предикатами незрозумілий, динамічний, центральний, мудрий.*

З'ясовано, що невід'ємною частиною україномовних текстів про Китай є етноспецифічна лексика, значна частина якої вербалізує базові концепти, пов'язані з побутом, бойовими мистецтвами, даосизмом, конфуціанством. Трапляються також безеквівалентні слова, пов'язані з особливостями національного сприйняття дійсності, звичаями китайців.

Встановлено, що найбільш частотними прецедентними іменами є Конфуцій, Лао-Цзи та Мао Цзедун. Конфуцій посідає важливе місце в науково-популярних текстах, а Мао Цзедун – у публіцистиці. При цьому Конфуцій та Лао-Цзи мають позитивні конотації, а образ Мао Цзедуну піддається демонізації. Конфуцій є прототипом ідеальної людини, це одна з найбільш авторитетних постатей в історії Китаю, чиї ідеї й досі живі та актуальні, а поведінка є зразком для наслідування.

Ключові слова: національно-географічний концепт, семантичний зміст, семантична сфера, Китай.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку людської цивілізації глобалізаційні процеси охопили весь світ, тому вивчення особливостей образів інших країн, проблем стереотипізації й міфологізації дасть змогу для глибшого проникнення в культурно-філософську, етнологічну, соціокультурну специфіку різних держав.

Українсько-китайські відносини становлять доволі давню історію політичного й культурного діалогу та економічної співпраці, тому звернення

до концепту **КИТАЙ** є актуальним, адже такий аналіз поглибить уявлення про Китай та китайців, про той образ, який існує у свідомості носія української мови та виявляється за допомогою вербальних засобів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на доволі близькі стосунки між Україною та Китаєм (2019 рік був проголошений роком Китаю в Україні), Китай ще не був об'єктом комплексного філологічного дослідження. Роботи

лінгвістичного спрямування, що присвячені китайській проблематиці, здебільшого орієнтовані на вивчення лише окремих фрагментів мовної картини світу й тому, виходячи з такого роду досліджень, доволі складно сформувати цілісне уявлення про те, яким же постає Китай у носіїв української мови. Варто відзначити статтю О. В. Березінської, яка вивчає лінгвістичну ситуацію в Китаї, зокрема звертаючи увагу на взаємодію сучасної китайської мови путунхуа з різними діалектами; працю П. М. Донця та І. О. Мотрохова, присвячену лінгвокультурній специфіці китайської поезії та особливостям її перекладу, де автор розмірковує про давню китайську поезію та її образність. Робота А. Ю. Лугініної стосується вивчення вербалізації концепту **ГРОШ** в китайській культурі. Дослідження здійснене на матеріалі китайських фразеологізмів з ієрогліфом 钱.

Постановка завдання. У свідомості українців концепт **КИТАЙ** сформувався протягом тривалої історії міжнародних відносин та осмислення важливості Китаю на світовій арені й українській громадсько-політичній думці. **Метою дослідження** є вивчення концепту **КИТАЙ** в українській мовній картині світу за допомогою розгляду засобів мовної репрезентації цього концепту, його семантичних компонентів і тих чинників, які впливають на його зміст.

Виклад основного матеріалу. Ключовим словом національно-географічного концепту не може бути безеквівалентне слово, оскільки в такому разі варто говорити про національний концепт, або етноконцепт. Національно-географічні концепти для однієї із сторін є оригінальними, а для іншої постають чужими, запозиченими. При цьому запозичені концепти змінюють не тільки мову-реципієнт, а й мову-донор, у результаті чого одна зі сторін розширює свій лінгвокультурний простір новими смислами, а інша віддає частину свого простору. Завдяки такому обміну відбувається корегування світобачення обох учасників взаємодії.

У роботі М. В. Піменової виокремлено чотири групи метафоричних моделей, якими послуговуються в публіцистичному дискурсі при характеристиці тих чи тих політичних реалій [6, с. 57]. Ці метафоричні моделі дослідниця застосовує до України, хоча вони дотичні до будь-якої держави, до Китаю також: 1) вітальна (сформована ознаками живої істоти, соматичними та перцептивними, це прийом «оживлення»): «**Внизу повз безконечний миготливий китайський змій**» [3]; 2) антропоморфна (сформована духовними, релігійними, соціальними, політичними, освітніми

тощо ознаками, це прийом «олюднення»): «**Китай вважає Тайвань своєю територією і відтепер залишає за собою право застосувати силу, якщо не вдасться досягнути “мирного об’єднання”, повідомляє Бі-Бі-Сі**» [3]; 3) предметна (сформована ознаками артефактів): «**Служниця ж, обдарована кількома доларами, мовчала, як китайський бовван**» [3]; 4) просторова (сформована ознаками економічного, воєнного, політичного просторів): «**Та врешті-решт ні римський лімес, ні Велика китайська стіна не порятували їх від ворогів**» [3]. В українській мові багато китаїзмів, які стають невід’ємною частиною повсякденного мовлення й слугують маркерами концепту **КИТАЙ**. І це не випадково, адже ми живемо в епоху глобалізації, коли межі між країнами та культурами поступово стираються, поступаючись місцем космополітичним настроям і тенденціям. Ці ж явища притаманні й мовній системі. Галузями, у які найбільш активно запозичуються китаїзми, слід вважати такі: 1) східні єдиноборства (*ушу, кунг-фу*); 2) східна філософія (*інь, янь, дао*); 3) гастрономічна сфера (*тофу, вок*); 4) побут (*фен-шуй*).

Починаючи від найдавніших часів в історії українсько-китайських взаємин можна виокремити такі етапи, які є актуальними для творення смислових наповнень концепту **КИТАЙ**: 1) ознайомлення українців із Китаєм, формування образу Китаю як далекої, незвичайної, екзотичної країни; 2) європоцентричне сприйняття Китаю, сприйняття криз протиставлення *Європа – Азія, Захід – Схід*; 3) подвійне ставлення до Китаю за радянських часів: братній народ та китайська небезпека; 4) китайський економічний прорив та китайські товари; 5) коронавірусна хвороба.

Концепт **КИТАЙ** в українській мові реалізується за допомогою низки лінгвальних одиниць: Китай, *КНР, Китайська Народна Республіка*, неофіційна назва *Піднебесна, китаєць, китайський*, а також низкою топонімів: *Пекін, Шанхай, Жовте море, Південно-Китайське море, Янцзи, Хуанхе* тощо.

Нейтральні й позитивні смислові відтінки має розуміння **КИТАЮ** як **ДЕРЖАВИ НА СХОДІ**, яке становить ядро концепту. Ця семантична сфера має кілька смислових наповнень. За таких умов Китай постає просто геополітичною одиницею, яка має свою територію, історію, культуру: «*В інтересах найповнішого огляду історії людства автор вводить в свій виклад культури Америки і Середньої Азії, історію Китаю та Японії, імперію Чингісхана та “Великого Монгола”*» [3].

У деяких мікроконтекстах актуалізується ідея **Китай – азіатська країна**: «Де б не бралися за ту ідею, почавши від **азіатського Китаю**» [3]. При моделюванні смислу **Китай – держава на Сході** доволі часто робиться акцент на територіальній величині країни, що в мові забезпечується використанням прикметника **великий**: «Членами цієї авторитетної організації вже є **великий Китай** і **маленька Грузія**...» [3].

Натомість в інших мікроконтекстах прикметник **великий** актуалізує семантику мудрості, величчя, могутності, яку підкреслюють інші означення: «**Великий Китай, славний своєю стародавньою мудрістю і громадською етикою, дисципліною виробництва та витримкою, немов той кит, будить у серці Нації потяг до вбивства**» [3]. Тож доцільно говорити про смислове наповнення **Китай – могутність**. Семантику могутності закладено й у самій назві країни. Історично склалося так, що через свою віддаленість від інших держав, китайці мали невелику кількість контактів, відповідно, усталеною вважалася думка, що Китай знаходиться посередині всього світу. Стародавні китайці назвали свою державу Серединною країною (Чжун Го – 中国). Перший ієрогліф – 中 – чжун – має значення «середина», «центр», а другий ієрогліф – 国 – Го – означає «країна, держава». Проте, слід зазначити, що назва Чжун Го не була усталеною, Китай розвивався, змінювався його культурний і політичний курс, тож і назва країни теж зазнавала змін. Після проголошення імперії Китай почали іменувати Тянь-Ся (天下), де Тянь – це день, небо, а Ся – низ або підніжжя. Відповідно, Тянь-Ся – це підніжжя неба. Варто сказати, що небо в китайській традиції завжди дуже шанувалося, воно було символом чистоти, божественності, святості. Назва **Піднебесна** тільки підкреслювала величчя і могутність країни, адже ця держава розташована в центрі Землі та ще й має вихід у небо, має з небом духовний і фізичний зв'язок. В українській мовній картині світу також фіксується тенденція використовувати неофіційну назву Китаю з метою демонстрації величчя держави: «**Стратегічна ж мета залишилася та сама: закріпити за Китаєм роль “Піднебесної”, що панує над всіма народами й державами**» [3].

Проте в деяких мікроконтекстах смисл **Китай – держава на Сході** може мати оцінний компонент. Наприклад, при вербалізації концепту за допомогою топоніму **Шанхай** у зменшено-пестливій формі яскраво вираженою є негативна оцінка: «**Вулиця Літня розсікала навпіл шанхай-**

чик, хаотично забудований непоказними одноповерховими будинками» [3]. Ця ілюстрація демонструє другий бік китайського побуту, який здебільшого оцінюють негативно, тож і переносне використання топоніму **Шанхай** у формі демінутиву передає хаотичне й зубожіле забудування, густонаселені нетрі. Таке потрактування зумовлене уявленням українців про Китай як густонаселену країну, у якій дуже тісно.

Смислове наповнення **Китай – комуністична країна** підкреслює відповідний прикметник: «**Міністер оборони країни Волтейр Газмін попросив, щоб американські патрульні літаки знеохочували намагання комуністичного Китаю блокувати ці транспортні**» [3]. Семантичне наповнення **Китай – комуністична країна** може здобувати вербальне втілення за допомогою оніма **Мао Цзедун**. Це ім'я у свідомості українців асоціюється з китайською революцією, утвердженням комуністичного ладу в державі. В ілюстраціях, у яких можна натрапити на ім'я китайського вождя актуалізовано семантику жорстокості, цензури, тоталітаризму: «**Складається таке враження, що новітній “бог”, “червоне сонце” Мао Цзедун, розправляючись, зокрема, з письменниками, прагне відтяти всі голови, які підводяться над рівнем**» [3].

Китай може реалізувати семантику далекої країни, і тоді слід говорити про смисл **Китай – далина**: «**Та й від столиці до нас – як до Китаю пішки**» [3], «**Але якщо проаналізувати структуру ФОП, то стане зрозуміло, що нам до Європи як до Китаю пішки**» [3]. Це словосполучення утворене за аналогією до української стійкої сполуки **як до Києва рачки**. Збережено навіть граматичну формулу адвербіального фразеологізму: **як + прийменник + власне ім'я + прислівник**. Топонімічний компонент відображає віддаленість, причому як просторову, так і часову, адже Китай дуже далеко від України. На просторіві характеристики Китаю вказує й назва «**Шовковий шлях**» – дорога для караванів, що поєднувала Східну Азію зі Середземномор'ям у давні часи: «**“Великий шовковий шлях”, що, мов артерія, єднає два великі континенти – Азію та Африку – на протязі багатьох століть пролягав повз курган у Жетису, де знайдено воїна в золотому вбранні**» [3]. Із давніх-давен китайська культура для українців була оповита таємничістю. З одного боку, це можна пояснити далекою відстанню, а з іншого, східні традиції доволі сильно відрізняються від традицій європейських і слов'янських. На мовному рівні такі інтенції реалізуються за допомогою епітетів

таємничий, загадковий: «Від їжджаючи з країни **таємничого Китаю**, везли венеційці з собою великі скарби» [3].

В українській мові реалізується смисл **Китай** – **однаковість**: «Перші кілька днів нам здавалося, що у всіх довкола однакові обличчя, але приблизно за тиждень ми перестали сприймати оточуючих як китайців, бо навчилися бачити індивідуальні риси» [3]. Тут спрацьовує факт сприйняття чужих облич у нашому мозку. Згідно з думкою багатьох дослідників наш мозок працює таким чином, що індивідуальні риси ми бачимо лише в людях своєї раси, а решту осіб сприймаємо однаковими. Це справедливо стосовно українців, азіатів, афроамериканців. В українській мовній картині світу таке нерозрізнення рис чужих рас на лінгвальному рівні виявляється в порівняльній конструкції як **китайців**. Подібні мовні засоби використовуються й при моделюванні смислу **Китай** – **велика кількість людей**: «Їх там, як китайців у наших бур'янах, на вибір: хочете – феміністку, тінейджерку, просвітянку-патріотку, навіть можу вдову забайкальських козаків...» [3], «Таргани завелися в квартирі, ось як мені від цих паразитів позбутися, вони вже як китайці розплодилися» [3]. Витоками таких мовних інтенцій слід вважати усталено в українській лінгвокультурі думку про те, що китайське населення є одним із найчисельнішим на планеті Земля й нараховує близько півтора мільярда осіб. Відповідно, порівняння як **китайців** означає дуже багато й використовується зі зниженою конотацією. Аналіз подібних висловлювань робить зрозумілим, що велика кількість є не тільки базовим складником образу китайців в українській мовній свідомості, а й той факт, що цю велику кількість оцінюють негативно. Ця оцінка знаходить яскраве мовне вираження в зневажливому порівнянні китайців із тарганами. Меншою кількістю ілюстрацій репрезентований смисл **Китай** – **чужина**: «З білого світу пішов він за тридев'ять земель від рідного дому, у **чужому Китаї**» [3].

У ЗМІ активно реалізується демонізація Китаю, що формує семантичну сферу **КИТАЙ** – **ЗАГРОЗА**. Зафіксовано такі мовні способи демонізації держави:

1. За допомогою національного символу (**дракон, тигр**): «Примусити уряд бігти цим шляхом, а потім, сидючи, як **китайський тигр** на вершині гори, спостерігати, коли й де він спиткнеться» [3], «В дні, коли **китайський дракон** обпалив вогнем землю В'єтнаму» [3], «**Китайський дракон** показує зуби» [3]. Однак при цьому китаєць упізнає в цих цитатах зовсім не китай-

ського дракона, а дракона європейського, адже саме образ жадібного, підступного й злого дракона – ворога людей – домінує в європейській свідомості й саме такий образ використовують для демонізації Китаю. Дракон – це символ Китаю, тому китайці вважають себе нащадками Великого Дракона. У китайській міфології дракон посідає дуже важливе місце, але має позитивну семантику. Китайські дракони не відбирають багатства в людей, а, навпаки, допомагають людям, даруючи їм воду та скарби. Однак у свідомості слов'ян дракон має зовсім іншу семантику. У європейських міфах, легендах і казках дракон – це велетенський монстр із гігантськими крилами, кігтями, який видихає полум'я, може мати кілька голів, і служить темним силам.

2. За допомогою конкретної лексики (**китайський вірус**), завдяки чому виформовується смисл **Китай** – **хвороба**: «Нагадаємо, за останніми даними, від **китайського коронавірусу** померли 170 людей, понад 7 тисяч інфіковані» [3], «Кількість загинувших від нового **китайського коронавірусу** досягла 213 осіб» [3]. Зауважимо, що тут привертає увагу сполучуваність слів, що виражають концепт **КИТАЙ**, із лексемами, що мають семантику смерті, хвороби.

3. За допомогою смислу **Китай** – **експансія**. Зазвичай у текстах, де реалізовано такий сенс, наголошується, що китайська експансія становить небезпеку для країн СНД, зокрема для Росії чи Казахстану, але також може поширитися й на весь світ. Часто китайська експансія виступає в синтагматичному оточенні слів із сильною оцінкою – **загроза, проблема**: «**Китайська експансія** на російському Далекому Сході створює демографічні й безпекові проблеми для Кремля» [3], «**Експансія Піднебесної** на просторі СНД набуває зримих рис» [3]. Причому в текстах, де реалізовано смисл **Китай** – **експансія**, не обов'язково йдеться про демографічні проблеми, доволі часто об'єктом експансії є економіка, торгівля: «Наприклад, коли приїжджаєш у Мюнхен, то можеш придбати автентичний баварський сувенір безпосередньо в аеропорту, в Бельгії – фірмові цукерки, а в Україні... – **китайські речі**» [3]. Небезпека китайської експансії підкріплюється ідеєю конкуренції, утвердження думки, що Китай хоче відвоювати життєвий простір в українців.

4. За допомогою лінгвоментальної візії **Китай** – **низька якість**. Здебільшого товари, завезені в Україну з Китаю, вважають заздалегідь продукцією низької якості, а значить, це певний обман споживачів. Тут простежується сполучення

прикметника *китайський* із лексемами зі зниженою конотацією. Доволі часто наголошується на низькій ціні за допомогою епітета *дешевий*, що також у мовній свідомості має негативний зміст: «Пластмасове **китайське барахло!**» [3], «Це імпорт, причому неякісний – завезений до нас, як колорадський жук, як **дешеве китайське взуття...**» [3], «Зізнаюсь, легендарний ринок мене розчарував: величезний базар, наповнений **китайським мотлохом**» [3]. Таким чином, для характеристики великої кількості товарів, завезених із Китаю, використовують прикметники з негативною оцінкою: *погані, неякісні, одноденні, посередні, дешеві*; та іменники: *хлам, непотреб, барахло, шмотки, мотлох*.

5. Смысл *Китай* – **щось незрозуміле** вербалізується завдяки сталій сполучці *китайська грамота*: «Що-ж до Вілсонової творчості, то це була для мене **китайська грамота**» [3], «Я знаю, що все це для вас **китайська грамота**, і не трудитиму більше вам голови» [3]. Витоки подібних інтенцій цілком зрозумілі, адже китайську мову вважають однією з найскладніших у світі.

6. *Китай* – **ізоляція**. Цей смысл здобуває вербальне втілення завдяки апелюванню до фразеологізму *китайський мур*, що означає нездоланну перепону, певний бар'єр, цілковиту ізолюваність: «Домашній промисел передбачав виготовлення виробів дерева, а домашня торгівля – розподіл харчів та обмін товарів між собою, бо довкола вороги **китайським муром обгородились**» [3], «Тим шляхом, на нашу думку, кооперація рішучо проб'є той **китайський мур**, який ще сьогодні відгороджує її від її безпосередніх завдань і тим самим органічно зв'яже себе з працюючими масами, які зацікавлені в майбутності радянської влади взагалі» [3], «Бо і як намагаються найновіші дослідники нашу проблему **відмежити китайським муром** від ідеологічних змагань, та хочуть, мовляв, заглянути самій правді в очі, дивлячись тільки очима правників і тільки для ужитку правників» [3], «Закони будуть подібні, **позникають китайські мури** перед промислом і торгівлею, народи радо обмінюватимуться стануть добром і багатствами своїх країн...» [3], «Звідси вони кличуть до того, щоб творення української мови пішло такими шляхами, коли між українською мовою та російською мовою було б поставлено **китайський мур**» [3], «Ані Молдавія, а тим менше Україна не в силі **відгородити себе китайським муром** від нових підходів західно-європейського мистецтва» [3].

Існує й чимало позитивних смислів, пов'язаних із концептом *КИТАЙ*. Зокрема, доцільно виокре-

мити семантичну сферу *КИТАЙ* – **ВИДАТНА КРАЇНА**.

У першу чергу ідеться про семантичне наповнення *Китай* – **мудрість**. Здебільшого такий смысл експлікований за допомогою епітета *мудрий* стосовно жителів Китаю, при цьому доволі часто подано приклад такої мудрості за допомогою використання китайських фразеологізмів або висловлювань китайських мудреців: «Тим-то **мудрі китайці** мають приповідку: “Шлях до людського розуму йде через серце”» [3].

Китай здавна славився своїми здобутками в царині медицини, зокрема традиційна китайська медицина, що становить собою систему певних учень і практик, була створена в КНР у 1950-х роках на основі давніх трактатів. У Китаї медицину розглядають як частину науки про виховання життя, куди входять, окрім медицини, ще й методи психофізіологічних практик, дієтологія тощо. В українській мовній культурі смысл *Китай* – **медицина** також наявний. Він реалізується завдяки прикметнику *китайський*, який уживається стосовно медицини, а також завдяки іменникам на позначення різних медичних процедур, наприклад, голковколювання (акупунктура) – це різновид китайської терапії, який виник близько трьох тисяч років до нашої ери: «Та от Кім Бон Хан, зацікавившись таємницею лікування **голковколюванням**, дійшов до висновку, що в живому організмі, крім трьох відомих науці провідних систем, існує ще й четверта, яка ще в стародавній медицині називалася системою Кенрак» [3]. Серед важливих культурних традицій Китаю особливе місце посідають бойові мистецтва, такі як кунг-фу, ушу. Їх вважають найдавнішими у світі. І при навчанні цих стилів важливу увагу приділяють не лише розвитку тіла, а й гартуванню людського духу. Українська лінгвокультура з пієтетом ставиться до бойових традицій Китаю, значна кількість українців відвідує різні секції, де навчають прийомам кунг-фу, ушу, що дає змогу виокремити смысл *Китай* – **бойові мистецтва**. Здебільшого в мові це семантичне наповнення реалізується завдяки прямим назвам китайських мистецтв: «На початок 90-х у провінції Ханань працювали вже сотні шкіл **ушу та кунг-фу**, які видавали справжній диплом шаолінського монастиря» [3].

Запозичена лексема *фен-шуй* демонструє словове наповнення *Китай* – **шана традицій**. Основними лексемами, які використовують для характеристики фен-шуй, є слова *давній, традиція*, що відповідає концепту *КИТАЙ* як давній кра-

їні, що має усталені й перевірені часом традиції. У той же час розмовна лексика репрезентує зовсім інше трактування поняття *фен-шуй*: «*Та мешканці довокільох будинків зазвичай дякують: мати під своїми вікнами наркомагазин – поганий фен-шуй*» [3], «*Реальна Україна – якийсь суцільний поганий фен-шуй за вікном і в головах*» [3]. У наведених ілюстраціях лексема *фен-шуй* постає оцінною лексемою, що не тільки реалізує значення красиво, а й подає загальну оцінку: «*Та не, тьоть Люб, чого, є у нас чайник емальований, зараз поставимо – **всьо по фен-шую***» [3].

Семантична сфера *КИТАЙ – ЕКОНОМІКА* репрезентована кількома смисловими наповненнями. Одним із них є *Китай – економічне диво*. Для українців надзвичайно важливо відшукати причини китайського економічного підйому, тому натрапляємо на таку ілюстрацію: «*Чому ніхто не говорить, з чого почалося **китайське диво** – з того, що уряд звернувся до інтелігенції, яка проживала по всьому світові, з проханням повернутися*» [3]. Очевидно, що Україні болить відтік інтелігенції за кордон, тому автор наведених вище рядків і наголошує на тому, що відродження Китаю почалося з повернення розумних людей.

Смислове наповнення *Китай – країна економічного благополуччя* представлене в мікроконтекстах, де стверджується невідпинний ріст економіки. Автори використовують лексеми *рекорд, ріст, інвестиції, великі кошти*, щоб показати впевненість у економічному благополуччі Китаю: «*Економіка Китаю і без того **зростає рекордними темпами**, але Олімпіада й ЕКСПО стануть ще двома потужними імпульсами*» [3].

На противагу попередньому смислу фіксується й антонімічна інтерпретація *Китай – країна з нестабільною економікою*. Щоправда, таких мікроконтекстів зафіксовано менше: «*Відкладаючи рішення відпустити юань у “вільне*

плавання”, китайська влада сприяє зростанню **нестабільності в економіці Китаю**» [3].

У структурі концепту *КИТАЙ* доцільно виокремити семантичну сферу *КИТАЙ – ПРОДУКЦІЯ* з смисловими наповненнями *Китай – чай, Китай – порцеляна, Китай – шовк*: «*В кімнаті пахло **справжнім запашиим китайським чаєм***» [3], «*Мені залишилось **небагато часу**, тож іду з **натовпом туристів** у музей палати, **де презарна китайська порцеляна***» [3], «*Справа в тому, що наші хлопці в 45-му році, коли **спакувували рукописи**, використовували **коштовний китайський шовк** собі на онучі*» [3].

Важливо також виокремити семантичну сферу *КИТАЙ – ЖИТЕЛІ КРАЇНИ*. У межах цієї сфери концепт *КИТАЙ* вербалізується за допомогою лексем *китайці, китаєць, китаянка*. Серед смислових наповнень, що формують цю сферу, можна назвати *зовнішність жителів Китаю*. Тут акцентовано увагу на кольору шкірі за допомогою відповідних прикметників: «*А й **справді**: у Китаї є **Жовта річка і навіть Жовте море**, а **китайці всі жовті***» [3]. Рідше вказується зріст та постава: «*Чун А-Чун був собою **зовсім непоказний** – доволі **невисокий, як і всі китайці, по-китайському вузький у плечах та сухорлявий***» [3]. Також можна натрапити на розріз очей, наприклад, у мікроконтексті: «***зизоокі** китайці, збираючи ту черву, не дають їй **перетворитися на метеликів***» [3] діалектне слово *зизоокі* означає *косоокі*.

Висновки та пропозиції. Як бачимо, концепт *КИТАЙ* доволі активно представлений в українській мовній картині світу й реалізує низку смислових наповнень. Зокрема, було виокремлено такі семантичні сфери, як *КИТАЙ – КРАЇНА НА СХОДІ, КИТАЙ – ЗАГРОЗА, КИТАЙ – ПРОДУКЦІЯ, КИТАЙ – ВИДАТНА КРАЇНА, КИТАЙ – ЖИТЕЛІ КРАЇНИ*. У межах кожної зі сфер встановлені семантичні наповнення та їхній образний і ціннісний шари.

Список літератури:

1. Березінська О. В Койне як змішаний діалект Китаю. *Китаєзнавчі дослідження*. 2021. № 1. С. 184–193.
2. Буров В. Г. Китай и китайцы глазами российского ученого. М., 2000. 206 с.
3. Генеральний регіонально анотований корпус української мови (ГРАК) / М. Шведова, Р. фон Вальденфельс, С. Яригін, М. Крук, А. Рисін, В. Старко, М. Возняк. Київ, Осло, Єна, 2017-2019. URL: uacorpus.org (Дата звернення 28.10.2022).
4. Донец П. Н., Мотрохов А. И. Лингвокультурная специфика китайской поэзии и способы ее компенсации при переводе. *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Серія: Романо-германська філологія. Methodика викладання іноземних мов*. 2018. Вип. 87. С. 145–151.
5. Лугинина А. Ю. Концепт «деньги» в китайской культуре (на материале китайских фразеологизмов). *Китай: история и современность* : материалы XI международной научно-практической конференции, г. Екатеринбург, 18-20 октября 2017, г. Екатеринбург, 2018. С. 95–100.
6. Пименова М. В. Концепт «Украина» (на материале российских СМИ). *Политическая лингвистика*. 2007. Вип. 2 (22). С. 52–60.

Kuprikova H. V. FEATURES OF THE RECEPTION OF CONCEPT *CHINA* IN UKRAINIAN LANGUAGE CULTURE

*The work is devoted to the study of the peculiarities of verbalization of the concept **CHINA** in the Ukrainian language picture of the world. The analysis of the analyzed concept was carried out with the help of the appeal to the GRAK corpus, which is currently one of the most representative collections of texts of various directions in the Ukrainian language.*

*The paper emphasizes that in the Ukrainian language the concept **CHINA** is marked by evaluative ambiguity, with positive meanings inherent in the earlier period, at the end of the twentieth century there were negative interpretations related to the deterioration of Chinese goods in Ukraine and the spread of coronavirus disease.*

The created image of China has an ambivalent assessment, and negative connotations are actualized within the limits of possible expansion, the spread of diseases, including Covid-19, in China's associations with low-quality Chinese goods. Positive ideas about the ancient Chinese culture lie in its welcoming power, attention to the principle of "a healthy mind in a healthy body."

*It was also found out that Ukrainian-language texts about China are dominated by features of a country that combines contrasting features, an ancient country that dominates economic development. The elaboration of the concept **CHINA** is revealed by the mental predicates incomprehensible, dynamic, central, wise.*

It was found that an integral part of Ukrainian-language texts about China is ethno-specific vocabulary, a significant part of which verbalizes basic concepts related to everyday life, martial arts, Taoism, and Confucianism. There are also non-equivalent words associated with the peculiarities of the national perception of reality, the customs of the Chinese.

Confucius, Lao Tzu and Mao Zedong were found to be the most frequent precedent names. Confucius occupies an important place in popular science texts, and Mao Zedong – in journalism. At the same time, Confucius and Lao Tzu have positive connotations, and the image of Mao Zedong is subject to demonization. Confucius is the prototype of the ideal man, he is one of the most authoritative figures in Chinese history, whose ideas are still alive and relevant, and whose behavior is a role model.

Key words: national-geographical concept, semantic content, semantic sphere, China.