

МЕТАФОРИЧЕСКИЙ ОБРАЗ КИТАЯ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

П.В.Жизневская (Минск, МГЛУ)

В статье рассматривается лингвистическое средство «метафоризация» и метафорические модели создания образа Китая в англоязычных СМИ.

Ключевые слова: метафоризация; метафорические модели; образа Китая; англоязычные СМИ.

WAYS TO METAPHORIZE THE IMAGE OF CHINA IN RUSSIAN-LANGUAGE MEDIA

P.V.Zhiznevskaya (Minsk, MSLU)

The article discusses the linguistic tool “metaphorization” and metaphorical models of creating the image of China in the Russian-language media.

Key words: *metaphorization; metaphorical models; image of China; Russian-language media.*

В современном мире, средства массовой информации играют ключевую роль в формировании мнений и восприятия. В этом контексте наиболее актуальным является образ Китая в СМИ. Одним из самых распространенных приемов при создании образа государства является метафоризация, под которой понимается «особый способ мышления, при котором сложные абстрактные понятия представляются с помощью реалий повседневной жизни, что облегчает их восприятие» [1, с. 31]. Как показали материалы исследования, в текстах англоязычных СМИ наиболее часто используются социоморфные метафоры, а именно: милитарные и спортивные; по большей части создается негативный образ Китая.

Примеры использования метафоры «угроза» в англоязычных СМИ подчеркивают военное и экономическое соперничество Китая с другими странами, особенно с США. Этот подход создает образ Китая как потенциального агрессора, который готов идти на нарушения международных норм ради достижения своих целей, а также подчеркивает растущее беспокойство о военном наращивании мощи Китая и его влиянии на глобальную стабильность [2, с. 991]. Например, в одном из заявлений говорится:

In terms of America's military adversaries then clearly China is the real emerging threat. ‘Что касается военных противников Америки, то ясно, что Китай является реальной возникающей угрозой’.

The 2022 U.S. National Defense Strategy (NDS) pinpointed China as the nation's racing threat. ‘В Стратегии национальной обороны США 2022 года Китай назван главной угрозой для страны’.

China's theft of intellectual property in technology, including in AI, and other trade secrets is a major threat to the West. ‘Кража Китаем интеллектуальной собственности на технологии, в том числе в области искусственного интеллекта, и других коммерческих секретов представляет собой серьезную угрозу для Запада’.

Метафора «подражатель» используется для дискредитации инновационного потенциала Китая. Это создает представление о Китае как о стране, которая не создает собственные достижения, а лишь копирует чужие. Например, в одном из материалов говорится:

From replica White Houses to Chairman Mao impersonators, the 'copycat' phenomenon is sweeping China. 'От копий Белых домов до имитаторов Председателя Мао, феномен «подражания» захлестнул Китай'.

В контексте экономических отношений часто используется метафора «партнер». Эта метафора рисует позитивный образ Китая как союзника, готового поддерживать другие страны. Например:

China is also Africa's partner in maintaining peace and stability. 'Китай также выступает в качестве партнера Африки в поддержании мира и стабильности'.

Тем не менее, во многих контекстах метафора «партнер» используется с отрицательной окраской. Это указывает на сложные и противоречивые отношения между Китаем и другими странами, где экономическое сотрудничество соседствует с политическим недоверием. Например:

China has left a trail of broken promises notably in its 25-year-rule over Hong Kong, which shows it cannot be regarded as a trustworthy international partner 'У Китая имеется ряд нарушенных обещаний, в частности, 25-летнее правление Гонконгом, что показывает, что он не может считаться надежным международным партнером'.

Метафора «лидер» подчеркивает достижения Китая в экономическом развитии. Например:

Driven by increasing middle class consumption, China has successfully modernised its domestic market and became a global leader. 'Благодаря росту потребления среднего класса Китай успешно модернизировал свой внутренний рынок и стал мировым лидером'.

Однако иногда используется и противоположная ей метафора «проигравший», создающая сложный образ страны, которая, несмотря на свои успехи, сталкивается с внутренними и внешними проблемами. Например:

China will be deglobalisation's biggest loser. 'Китай станет главным проигравшим в деглобализации'.

Одной из наиболее распространенных метафор в англоязычных СМИ является «дракон». В китайской культуре дракон символизирует силу и мудрость, но в западных интерпретациях он часто ассоциируется с угрозой и силой. Например:

The Chinese economic dragon continues to rumble, barely affected by the recession that stalled economies in so many other nations. 'Китайский экономический дракон продолжает грохотать, почти не затронутый рецессией, которая остановила экономику многих других стран'.

В некоторых случаях данная метафора может использоваться и в качестве своеобразной насмешки. Например:

Three forces are to blame for bringing the dragon down to earth: the zero-Covid policy that is hobbling the economy, a meltdown in the property sector, which accounts for 30 percent of China's GDP, and a sweeping crackdown on Big Tech. Remarkably, all are self-inflicted wounds. 'В том, что дракон спустился на землю, виноваты три силы: политика нулевого Ковида, которая тормозит экономику, кризис в секторе недвижимости, на долю которого приходится 30 процентов ВВП Китая, и широкомасштабное подавление крупных технологий. Примечательно, что все раны нанесены самому себе'.

Таким образом, метафорические модели, используемые в англоязычных СМИ, формируют сложный и противоречивый образ Китая. С одной стороны, признаются его достижения и влияние на мировой арене, с другой – акцентируется внимание на угрозах и вызовах, которые он представляет. Это отражает сложные и противоречивые отношения между Китаем и Западом, где экономическое сотрудничество соседствует с политическим соперничеством и культурными различиями. Такие метафоры играют важную роль в формировании общественного мнения и политических дискурсов, влияя на восприятие Китая как в позитивном, так и в негативном ключе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Чудинов А. П. Политическая лингвистика (общие проблемы, метафора): учеб. пособие / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Изд-во УрГИ, 2003. – 256 с.
2. Гуржий, Д. А. Влияние СМИ на формирование общественного мнения / Д. А. Гуржий. // Молодой ученый. – 2015. – № 12 (92). – С. 991-993.