

СПОСОБЫ МЕТАФОРИЗАЦИИ ОБРАЗА КИТАЯ
В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

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» (А. П. Чудинов, 2003). Как показали материалы проведенного исследования, в текстах англоязычных СМИ наиболее часто используются социоморфные метафоры, а именно: милитарные и спортивные, с помощью которых создается негативный образ Китая в мире.

Одной из наиболее частотных метафорических моделей стала «threat» – ‘угроза, опасность’; помимо нее также используются милитарные метафоры *a rising military power* – ‘растущая военная держава’ и *source of attacks* – ‘источник нападений’, создающие представление о Китае как об угрозе для миролюбивого общества.

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’.

В противовес метафоре «threat», милитарные метафоры «partner» – ‘партнер’ и «ally» – ‘союзник’ иллюстрируют экономические отношения Китая с другими государствами, подчеркивая, что для многих он остается главным экономическим партнером. Например:

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

В политической жизни, как и в спорте, существуют свои лидеры, аутсайдеры и победители, поэтому нередко встречаются такие метафоры, как «leader» – ‘лидер’; «winner» – ‘победитель’; «champion» – ‘чемпион’.

From our perspective, we see China becoming a global leader in the development of skill based vocational education. – ‘С нашей точки зрения, мы видим, что Китай становится мировым лидером в разработке и внедрении профессионального образования’.

В противовес используется спортивная метафора «loser» – ‘проигравший, неудачник’, несущая отрицательную оценку, иллюстрируя отставание по каким-либо экономическим показателям:

China is the obvious loser in Asia in Apple's market. – ‘Китай – очевидный проигравший в азиатском регионе на рынке Apple’.

Таким образом, в некоторых контекстах англоязычные СМИ намеренно создают отрицательный образ Китая как «врага», нарушителя мирового

порядка и спокойствия. С помощью военных метафор они формируют образ «угрожающего» Китая, страны-агрессора, чья внешняя политика непредсказуема. Спортивные метафоры используются, чтобы подчеркнуть отставание Китая на мировой экономической и политической арене.