

О. И. Калинин
Москва, Россия

МЕТАФОРИЧЕСКИЙ ОБРАЗ НОАК В СМИ КНР

АННОТАЦИЯ. *Метафоричность — один из важнейших признаков имиджевого политического медиатекста как основы для формирования политического имиджа, поскольку метафора обладает особой силой воздействия. Автор использует основы контент-анализа и дискурс-анализа для выявления наиболее характерных метафор, описывающих повседневную деятельность и развитие вооруженных сил Китая. Анализ публикаций СМИ за ограниченный промежуток времени позволяет делать темпоральный срез вектора формирования общественного мнения относительно государственных институтов. Материалом исследования послужили около 200 текстов информационно-аналитического характера из изданий, выбор которых обусловлен тематической направленностью и высокой популярностью среди китайских граждан. Определены наиболее частотные темы статей, посвященные вооруженным силам: вооружение и военная техника; процесс развития и улучшения армии; новый облик НОАК после последних военных реформ; роль и место и место НОАК в государстве; участие в спасательно-поисковых операциях; неагрессивная внешняя политика; армия и народ; торжественные военные парады. Отмечается метафоричность посвященных армии статей, особенно заметная на фоне в основном стилистически нейтрального стиля информационных сообщений. Анализируются наиболее популярные метафоры («детище народа», «Армия и народ неотделимы, как рыба и вода», «позвоночник страны», «железная, стальная стена» — по аналогии с защищавшей много веков страну Великой Китайской стеной, «поборник суверенитета», «милые люди»). На основе эпитетов определяется формируемый в информационных сообщениях СМИ КНР образ НОАК: это одна из передовых, мощных армий мира, укрепляющая влияние страны на международной политической арене.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *политический имидж; язык СМИ; СМИ; средства массовой информации; журналистика; медиалингвистика; медиадискурс; медиатексты; общественное мнение; политические метафоры; политическая метафорология; метафорические образы; вооруженные силы; контент-анализ; дискурс-анализ.*

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: *Калинин Олег Игоревич, кандидат филологических наук, преподаватель, 40 кафедра (дальневосточных языков) факультета иностранных языков, Военный университет Министерства обороны Российской Федерации; 111033, Россия, г. Москва, ул. Волочаевская, 1; e-mail: kallini4@yandex.ru.*

Народно-освободительная армия Китая в последнее время находится в процессе динамичного развития, что подразумевает под собой модернизацию вооружения и организационно-штатную реформу. В реформе вооруженных сил немаловажной является и роль китайских СМИ, которые непосредственно формирует образ НОАК. Через средства массовой информации транслируются новые представления об армии, ее военном потенциале и положительных сторонах службы в армии, что, вне всякого сомнения, повышает престиж военнослужащих, авторитет армии и вызывает у простого народа чувство патриотизма и гордости за отечество.

Выбирая имидж вооруженных сил КНР как объект изучения в данной статье, мы понимаем, что сталкиваемся с процессом формирования институционального политического имиджа, т. е. с «целенаправленно создаваемым в процессе речевой коммуникации абстрактным, частотным, эмоционально окрашенным образом субъекта политического процесса, обладающим высокой степенью информативности, возможностью развертывания в большой текст и обусловленностью политическим дискурсом, ретранслируемым медиа-посредниками от непосредственного субъекта политического процесса к опосредованному субъекту восприятия речевого сообщения» [Калинин 2017: 47].

Одним из важнейших признаков имиджевого политического медиатекста как основы для формирования политического имиджа является метафоричность.

Метафора обладает семантической и эмоциональной силой воздействия, в полной мере отражает коммуникативные интенции автора коммуникативного сообщения, и потому этот прием широко употребляется в текстах политического дискурса.

Н. Д. Арутюнова писала, что метафора — неотъемлемый компонент политического текста, а «всеприсутствие» метафоры в речи делает возможным ее использование в качестве средства для обозначения намерений автора в политическом дискурсе [Арутюнова 1990: 18].

По мнению А. П. Чудинова, «политическая метафора — это важное средство воздействия на интеллект, чувства и волю адресата. Политическая метафора необычайно динамична, она понятна и действенна только „здесь и сейчас“, она вместе с тем согласована с основными понятиями данной культуры, имеет национальные корни» [Чудинов 2001: 14].

С нашей точки зрения, изучение метафоры является действенным средством анализа интенций в политическом дискурсе.

Материалом исследования стали около 200 текстов информационно-аналитического характера, вышедших в печать с мая 2015 г. по март 2018 г., освещающих разные аспекты деятельности НОАК, из следующих изданий: «*解放军报*», «*新华*», «*人民日报*», «*中华网军事*», «*中国共产党新闻网*». Выбор данных источников обусловлен тематической направленностью и высокой популярностью среди китайских граждан.

В отобранных текстах методом сплошного текстологического анализа были выделены предложения и синтагмы, наиболее полно характеризующие образ НОАК. Полученные результаты показали, что наиболее частотными темами статей, посвященных вооруженным силам, стали:

- вооружение и военная техника;
- процесс развития и улучшения НОАК;
- новый облик НОАК после последних военных реформ;
- роль и место НОАК в государстве;
- участие в спасательно-поисковых операциях;
- неагрессивная внешняя политика;
- армия и народ;
- торжественные военные парады.

Важно отметить, что вне зависимости от непосредственного тематического содержания статьи все они глубоко метафоричны. Это особенно заметно на фоне обычно стилистически нейтрального стиля информационных сообщений.

Частое использование метафорических понятий обуславливает намеренное воздействие на воображение читателей через влияние на их эмоции, а через эмоции — на последующие формирующиеся образы. Н. Д. Арутюнова утверждает, что метафора не вычленяет абстрактных признаков и качеств, а выявляет смысловой образ самой сущности предмета [Арутюнова 1990: 12]. Таким образом, используя метафорические понятия, авторы публикаций пишут не столько о реальном объекте — в нашем случае НОАК и ее военной деятельности, — сколько об образе НОАК, сложившемся в сознании самих авторов. Таким способом формируется целостный образ Китая и происходит воздействие на массовое сознание читателей.

Охарактеризуем наиболее яркие и частотные метафоры, раскрывающие образ НОАК.

1. Детище народа.

中国人民解放军是**人民的子弟兵** — *zhōngguó rénmin jiěfàngjūn shì rénmin de zǐdìbīng* — *Народно-освободительная армия Китая является детищем народа.*

Была зафиксирована высокая частота употребления данного выражения в различных китайских источниках: в 100 текстах эта метафора встретилась 15 раз. Используя метафору «детище народа», китайские СМИ подчеркивают, что именно народ создал армию во время Наньчанского восстания под руководством Мао Цзэдуна 1 августа 1927 г., и главное назначение армии состоит в службе народу.

Например:

演员们真情实感的表演汇聚了各界群众对人民子弟兵的真挚热爱, 表达了对建军91周年这一光辉节日的美好祝愿。

Артисты сердечно передали искренние поздравления военнослужащим (сынам народа) от лица представителей всех социальных слоев общества, выразили самые теплые поздравления с 91-й годовщиной светлого праздника образования НОАК.

2. Рыба и вода.

Метафора 军民**鱼水情** — *jūnmín yúshuǐqíng* — *армия и народ неразделимы, как рыба и вода* встретилась в 8 текстах. Использование *рыбы* и *воды* как аналогов *армии* и *народа* указывает на их сильную взаимозависимость. Как известно, для рыб вода является жизненно необходимым ресурсом, так как они дышат кислородом, который растворен в воде, и не могут дышать воздухом. В данном случае рыба — это армия, а народ представляется в образе жизненно важного компонента, жизненно важной для армии среды.

Например:

“红军的一天”让实践团的成员们体验到了红军当年的艰难困苦, 也感受了淳朴的军民鱼水情。

День Красной армии позволил членам практических коллективов в полной мере ощутить все тяготы и лишения военнослужащих и прочувствовать единение армии и народа.

3. Позвоночник страны.

军队是国家民族的**脊梁** — *jūnduì shì guójiā mínzú de jiliang* — *Армия — это «позвоночник» страны и нации.* Эта метафора встретилась 5 раз. Так, согласно словарю С. И. Ожегова, «позвоночник — основная часть осевого скелета позвоночных животных и человека...» [Ожегов, Шведова 1992]. Тем самым образно демонстрируется, что армия для Китая является главной составляющей всей структуры, или скелетом государства.

既然说要改革体制编制, 那就要下功夫动真格, 就像李克强说的那样, 壮士断腕的决心, 军队是国家民族的脊梁。

Если говорить о необходимости реформирования системы комплектации, то нужно приложить усилия и взяться за этот вопрос по-настоящему. Премьер Ли Кэцян говорил, что мы можем пойти на крайние шаги, ведь армия — это скелет нации.

4. Железная стена.

保卫领土完整的**钢铁长城** — *bǎowèi lǐngtǔ wánzhěng de gāngtiě chángchéng* — *«Стальная стена», которая сохраняет территориальную целостность.* Эта метафора встречалась чаще всего — 21 раз, т. е. бо-

лее чем в 15 % исследованных новостных сообщений.

Обратим внимание на метафорическое выражение «стальная стена», которое в данном контексте является синонимом слова НОАК. Здесь НОАК предстает в образе «Великой Китайской стены» (长城), которая, как известно, на протяжении многих столетий являлась для китайцев своеобразным щитом от внешних врагов. Таким образом, «стена» стала символом защиты от врагов. Определение «стальная...» говорит о ее высочайшей устойчивости и нерушимости. В сознании китайцев это выражение интерпретируется как «Нерушимая и несокрушимая оборонная сила в лице НОАК, которая обеспечивает сохранность территориальной целостности».

Необходимость эмоционального воздействия на сознание адресатов приводит к использованию именно такого рода метафор. Авторы вольно или невольно заставляют реципиентов рисовать в воображении определенные образы.

Регулярное появление в СМИ метафоры 钢铁长城 — *gāngtiě chángchéng* («стальная стена») позволяет определить данную метафору как языковой штамп, воздействующий на массовое сознание китайцев.

Например:

强大的国防力量, 强大的人民, 铸就了和平时期的铁长城, 这是一座能够绝对保卫祖国和人民安全的钢铁长城。

Мощные вооруженные силы, сильный народ отлили железную стену новой эпохи. Это железная стена народной безопасности, способная в полной мере защитить наше Отечество.

5. Поборник суверенитета.

解放军是国家主权捍卫者 — *jiěfàngjūn shì guójiā zhǔquán hànwèi zhě* — НОАК является «поборником» суверенитета страны. Эта метафора используется немного, всего 5 раз.

Еще один пример, где интересно использование слова «поборник». Этимологическое значение слова 捍卫者 — *hànwèi zhě* — «лицо, которое охраняет, оберегает...». В данном контексте НОАК представляется в образе защитника, который стоит на страже суверенитета всего государства. Пример:

按照新的历史使命的要求, 我军不仅要维护国家的 «领土边疆», 还要维护国家的 «利益边疆»; 不仅要成为国家安全利益的捍卫者, 还要成为国家发展利益的捍卫者。

Согласно требованиям исторической миссии, наша армия должна не только защищать территориальную целостность границ государства, но также границы на-

ших интересов. Армия должна быть не только поборником интересов безопасности государства, но и поборником интересов развития государства.

6. Милые люди.

他们 (解放军) 是新时代最可爱的人 — *tā men (jiěfàngjūn) shì xīn shídài zuì kě'ài de rén* — Они (НОАК) являются самыми «милыми людьми» новой эпохи. Это метафорический неологизм, который, правда, довольно часто встречается в китайских СМИ — 13 раз.

Данное выражение впервые было употреблено журналистом Вэйвей (魏巍) 4 ноября 1951 г. в китайской газете «Жэньминь жибао», в статье, которая называлась «谁是最可爱的人» («Кто же самые „милые люди“?»), где так ласково называлась армия. Это выражение сразу же укоренилось в народе и сейчас является устойчивым синонимом НОАК. Слово 可爱 — *kě'ài* переводится на русский язык как «очаровательный, милый, прелестный, славный». В сознании людей создается образ культурной, вежливой и неагрессивной армии, которая ни в коем случае не станет агрессором и провокатором войны или военных действий.

Интересно наблюдать аналогию с российской прессой, где с недавних пор, а именно после событий в Крыму в 2014 г., появилась фраза «Вежливые люди». Так назывались военнослужащие без опознавательных знаков, блокировавшие стратегические объекты в Крыму. Во время «Прямой линии» 17 апреля президент РФ Владимир Путин подтвердил, что это были представители Российской армии. С этого времени выражение «вежливые люди» прочно вошло в политический и бытовой лексикон всей страны в качестве нового обозначения Вооруженных сил РФ.

Пример:

致敬! 新时代最可爱的人 — Смирно! Равнение на самых милых людей эпохи!

Проанализируем уровень метафоричности исследованных текстов. Для этого простым количественным подсчетом установим, в скольких из 100 текстов используется метафора, связанная с образом НОАК. Наши расчеты показали, что метафоричность характерна для 89 % текстов данной тематики, а это достаточно высокий показатель для текстов информационной направленности.

Можно прийти к выводу, что метафора играет безусловно важную роль в процессе формирования образа НОАК в качестве информационной модели в сознании граждан КНР. Это сложный психолингвистический прием, влияющий на сознание реципиента. Являясь моделью выводного знания, моделью выдвижения гипотез, метафора создает

конкретный устойчивый образ НОАК в массовом сознании. Несомненно, метафора является сложным и важным явлением, поскольку не только помогает изучить и установить создаваемые СМИ образы, но и раскрывает менталитет китайской нации, так как пронизывает язык, культуру и остальные компоненты, способствующие формированию мировосприятия. Являясь универсалиями сознания, метафоры формируют наиболее точные и конкретные образы, обладающие высокой степенью устойчивости.

Графически представим распределение метафор по употребительности (рис.).

Как мы видим, наиболее употребительными являются метафоры «детище народа», «железная стена» и «рыба и вода», которые подчеркивают единение армии и народа, их неразрывную связь. Очевидно, что именно это направление формирования имиджа НОАК является наиболее важным и перспективным для нынешней политической ситуации КНР. Показать величие и мощь армии тоже важно, но эта задача вторична и менее важна.

Мы также провели контент-анализ эпитетов, которые наиболее часто встречались в новостных сообщениях для описания НОАК. Наиболее частотными стали прилагательные со значением «мощный, сильный» — 强盛的, *qiángshèng de*, 强大的 — *qiángdà de*, 强有力的 — *qiáng yǒuli de*, 强壮的 — *qiángzhuàng de*.

Например:

— 现今世界上总体实力军事第一 **强大**的军队 — *wèi xiànjīn shìjiè shàng zǒngtǐ shíli jūnshì dì yī*

qiángdà de jūnduì — Самая (первая) **мощная** армия в мире по военному потенциалу;

— 只有把这些基础但重要的条件做好, 才能建设一支 **强有力的**国家军队 — *zhǐyǒu bǎ zhèxiē jīchǔ dàn zhòngyào de tiáojiàn zuò hǎo, cáinéng jiànshè yī zhī qiáng yǒuli de guójiā jūnduì* — Только когда эти основные и важные условия будут созданы, сможем строить **мощную** национальную армию;

— 中国军队现在成长为了一支 **强壮**的世界级武装力量 — *zhōngguó jūnduì xiànzài chéngzhuāng wéi yī zhī qiángzhuàng de shìjiè jí wǔzhuāng lìliàng* — Армия Китайской Народной Республики сегодня превратилась в **мощные** вооруженные силы мирового масштаба;

— 作为支撑中国成为新世纪 **强盛**大国的镇国利器, 中国军队正在不断强壮自己的实力, 以期成为一支在世界舞台上举足轻重的 **强大**力量 — *zuòwéi zhīchēng zhōngguó chéngwéi xīn shìjì qiángshèng dàguó de zhèn guó lìqì, zhōngguó jūnduì zhèngzài bùduàn qiángzhuàng zìjǐ de shíli, yǐqǐ chéngwéi yī zhī zài shìjiè wǔtái shàng jǔzúqīngzhòng de qiángdà lìliàng* — В качестве государственного инструмента, который поддерживает Китай в становлении **мощной, процветающей** державы, армия Китая непрерывно усиливает свою мощь, для того чтобы стать **влиятельной** силой, которая бы играла ключевую роль на международной арене;

— 没有 **强壮**的军队, 就没有 **强盛**的中国 — *méiyǒu qiángzhuàng de jūnduì, jiù méiyǒu qiángshèng de zhōngguó* — Без **сильной** армии нет и **процветающего** Китая.

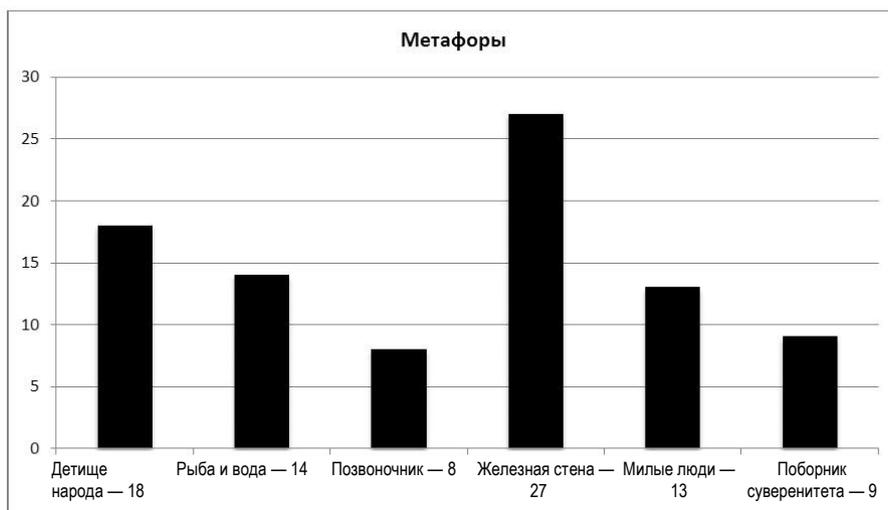


Рис. Частотность основных метафор

Анализ вышеуказанных эпитетов позволяет определить формируемый в информационных сообщениях СМИ КНР образ НОАК. В совокупности они дают представление о НОАК как об одной из передовых, мощных армий мира, которое, в свою очередь, укрепляет влияние страны на международной политической арене. При этом метафоры, имеющие более мощное воздействие на массового читателя, больше направлены на подчеркивание тесной связи армии и народа. Таким образом, создается комплексный образ армии сильной и мощной, но близкой и родной для каждого жителя Китая.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры : сборник / под общ. ред. Н. Д. Арутюновой, М. А. Журиной. — М. : Прогресс, 1990. С. 5—32.
2. Балашова Л. В. История русской метафоры: когнитивный аспект. — Saarbrücken, 2011. 534 с.
3. Будаев Э. В. Критический анализ политического дискурса: основные направления современных зарубежных исследований // Политическая лингвистика. 2016. № 6. С. 12—17.
4. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политической коммуникации. — Екатеринбург, 2008. 248 с.

O. I. Kalinin

Moscow, Russia

METAPHORICAL IMAGE OF CHINESE PEOPLE'S LIBERATION ARMY IN CHINESE MASS MEDIA

ABSTRACT. *Metaphoricity is one of the key features of image-building political media texts as metaphors have a great manipulative potential. The research employs content analysis and discourse analysis to reveal the typical metaphors describing everyday activity and development of the military forces of China. The analysis of articles published in mass media at a certain time allows identifying a temporal statistics of public opinion on the state institutions. The material for this research includes 200 texts published in information and analytical media, having the same topic and popular among the Chinese. The most frequent topics of the articles about the military forces are: armament and military equipment; development and perfection of army; new image of Chinese People's Liberation Army (PLA) after reforms; role and place of PLA in the state; participation in rescue operations; non-aggressive foreign policy; army and the people; ceremonial military parades. Metaphoricity of the articles devoted to the Chinese army is especially obvious on the background of stylistically neutral news. The most wide-spread metaphors are analyzed ("people's offspring", "Army and people are inseparable as fish and water", "the backbone of the country", "iron, steel wall" – similar to the Great Chinese Wall that protected the country for many centuries, "advocate of sovereignty", "nice people"). Epithets create the image of PLA in Chinese media: it is one of the leading, powerful armies of the world that strengthens the influence of the country on the international political arena.*

KEYWORDS: *political image; mass media language; media; mass media; journalism; media linguistics; media discourse; media texts; public opinion; political metaphors; political metaphorology; metaphorical images; army; content analysis; discourse analysis.*

ABOUT THE AUTHOR: *Kalinin Oleg Igorevich, Candidate of Philology, Lecturer, Department of Far Eastern Languages, Faculty of Foreign Languages, Military University of the Ministry of Defense of the Russian Federation, Moscow, Russia.*

REFERENCES

1. Arutyunova N. D. Metafora i diskurs // Teoriya metafory : sbornik / pod obshch. red. N. D. Arutyunovoi, M. A. Zhurinskoi. — M. : Progress, 1990. S. 5—32.
2. Balashova L. V. Istoriya russkoy metafory: kognitivnyy aspekt. — Saarbrücken, 2011. 534 s.
3. Budaev E. V. Kriticheskiy analiz politicheskogo diskursa: osnovnye napravleniya sovremennykh zarubezhnykh issledovaniy // Politicheskaya lingvistika. 2016. № 6. S. 12—17.
4. Budaev E. V., Chudinov A. P. Metafora v politicheskoy kommunikatsii. — Ekaterinburg, 2008. 248 s.
5. Van Tsin'i, Tao In. Imidzh Kitaya v politicheskikh tekstakh Si Tsin'pina // Politicheskaya lingvistika. 2018. № 4 (70). S. 147—154.
6. Volkova T. A. Modeli i strategii perevoda v rossiyskom i kitayskom perevodovedenii: opyt sopostavitel'nogo analiza // Politicheskaya lingvistika. 2017. № 6 (66). S. 158—165.
7. Kalinin O. I. Lingvopragmaticheskie kharakteristiki imidzhevogo politicheskogo mediateksta (na materiale kitayskikh SMI) : dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.19. — M., 2017. 174 s.
8. Mukhin M. Yu., Yan I. Proekt sozdaniya kitaysko-russkogo parallel'nogo korpusa ofitsial'no-delovykh tekstov s diskursivno-

5. Ван Циньи, Тао Ин. Имидж Китая в политических текстах Си Цзиньпина // Политическая лингвистика. 2018. № 4 (70). С. 147—154.

6. Волкова Т. А. Модели и стратегии перевода в российском и китайском переводоведении: опыт сопоставительного анализа // Политическая лингвистика. 2017. № 6 (66). С. 158—165.

7. Калинин О. И. Лингвопрагматические характеристики имиджевого политического медиатекста (на материале китайских СМИ) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. — М., 2017. 174 с.

8. Мухин М. Ю., Ян И. Проект создания китайско-русского параллельного корпуса официально-деловых текстов с дискурсивно-структурной разметкой // Вестн. Юж.-Урал. гос. ун-та. Сер.: Лингвистика. 2016. Т. 13. № 4. С. 23—31.

9. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. — М. : Азъ, 1992. 955 с.

10. Прохоров Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. Изд. 5-е. — М. : ЛКИ, 2008. 224 с.

11. Ульманн Ст. Семантические универсалии // Новое в лингвистике. 1970. Т. 5. С. 250—299.

12. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000) : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2001. 238 с.

13. Fauconnier G. Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Languages. — Cambridge, MA : MIT Press, 1985.

14. Koller V. Brothers in arms: Contradictory metaphors in contemporary marketing discourse // Confronting Metaphor in Use: An Applied Linguistic Approach. — Amsterdam/Philadelphia, 2008. P. 103—126.

15. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. — Chicago : Univ. of Chicago Pr., 1980. 276 p.

структурной разметкой // Вестн. Юж.-Урал. гос. ун-та. Сер.: Лингвистика. 2016. Т. 13. № 4. С. 23—31.

9. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. — М. : Азъ, 1992. 955 с.

10. Прохоров Ю. Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев. Изд. 5-е. — М. : ЛКИ, 2008. 224 с.

11. Ульманн Ст. Семантические универсалии // Новое в лингвистике. 1970. Т. 5. С. 250—299.

12. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991—2000) : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2001. 238 с.

13. Fauconnier G. Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Languages. — Cambridge, MA : MIT Press, 1985.

14. Koller V. Brothers in arms: Contradictory metaphors in contemporary marketing discourse // Confronting Metaphor in Use: An Applied Linguistic Approach. — Amsterdam/Philadelphia, 2008. P. 103—126.

15. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. — Chicago : Univ. of Chicago Pr., 1980. 276 p.