

## Лингвистика

**ШЕВЦОВА Наталья Ивановна,**

канд. филол. наук, доцент, профессор кафедры китаеведения Восточного института – Школы региональных и международных исследований ДВФУ (г. Владивосток)

Электронная почта: [sni1959@list.ru](mailto:sni1959@list.ru)

**ГОРНИК Виктория Евгеньевна,**

выпускница кафедры китаеведения Восточного института – Школы региональных и международных исследований ДВФУ (г. Владивосток)

Электронная почта: [torrey93@mail.ru](mailto:torrey93@mail.ru)

УДК 811.581.11

### Метафора в заголовках китайских газет

*метафора, газетный заголовок, семантическая классификация метафоры, функции метафоры, экспрессия*

В данной статье описывается функционирование метафоры в заголовках ведущих китайских газет: «Жэньминь жибао», «Цзинцзи жибао» (Экономическая газета), «Циннянь жибао» (Молодёжная газета), «Хуаньцю шибао» (Глобал таймс), а также «Чжунго чэншибао» (Города Китая) и «Шэнмин шибао» (Жизнь). Рассматривается семантическая классификация метафоры, благодаря которой путём системного описания удаётся увидеть её лексемный состав, уяснить механизм и средства создания её экспрессии. Исследование показывает, что используя в структуре газетного заголовка, метафора выполняет в целом функции публицистического стиля, а вместе с тем и свои собственные. Выражая мысль в лаконичной и яркой форме, помогает читателю, благодаря культурной коннотации лексем, участвующих в составе метафоры, понять описываемые события, явления и факты действительности, давая им характеристику. Изучение метафоры в газетном заголовке позволяет углубить знание о ней как языковом явлении, так и свойстве человеческого мышления, способного видеть общее в разном.

Метафора как языковое явление, в котором посредством известного сообщается о новом неизвестном [19], изучается лингвистами в разных языках, причём это явление описывается в научной литературе довольно широко: от её участия в образовании лексики, включая терминологию и фразеологию, до функционирования как тропа в текстах разных стилей. Например, метафору как троп в поэтическом дискурсе рассматривает Н. Д. Арутюнова [1, с. 16], анимистическую метафору в художественном дискурсе – Н. А. Туранина [15, с. 50], сущность метафоры и её функции в отечественной публицистике – Т. В. Гладун [6, с. 32]. Когнитивному аспекту метафоры в педагогическом дискурсе посвящены исследования Э. В. Будаева и А. П. Чуудинова [3, с. 70],

о метафоричности как свойстве человеческого мышления говорится в исследованиях О. П. Фроловой [16, с. 68] и М. А. Гаврилюк [5, с. 138]. Структура метафоры описывается в трудах Ю. А. Волковой [4], В. В. Никитенко и А. С. Медведевой [9, с. 22], её классификации представлены в работе В.П. Москвина [8, с. 112]. Проблемам метафоры посвящено немало работ и китайских исследователей (Лян Юаньбин [21, с. 62], Лу Иншунь [23, с. 44], Лю Чэньхун [22, с. 84], Юй Хайбо [30, с. 11] и др.). Однако при всей кажущейся изученности метафоры остаются вопросы, которые требуют своего дальнейшего внимания. Одним из таких является употребление и функционирование метафоры в заголовках современных китайских газетных статей. Учитывая это обстоятельство, данная статья посвящена выявлению свойств метафоры и её особенностей в заголовках современной китайской прессы.

Объектом исследования послужили около ста заголовков ведущих китайских газет, взятых в электронной версии: «人民日报» и «人民日报海外版» (*Жэньминь жибао* для внутреннего и зарубежного пользования), «经济日报» (*Экономическая газета*), «青年日报» (*Молодёжная газета*), «环球日报» (*Глобал таймс*), а также газет «中国城市报» (*Города Китая*), «生命时报» (*Жизнь*), в которых используется метафора. Методом целенаправленного поиска из этих газет отбирались заголовки, содержащие метафору, жанровая принадлежность газетной публикации при этом не учитывалась. Наши наблюдения над газетными заголовками говорят о том, что метафора употребляется в заголовках разной сложности, представленных как предложением, включая сложное, так и именованным словосочетанием (последнее является менее характерным для него). Большая часть заголовков с метафорой представляет собой простое глагольное предложение разной степени распространения. В китайском заголовке метафора, обладая собственной структурой, выступает в функции определённого члена предложения: подлежащего, дополнения и сказуемого, реже – приложения.

Исследуя метафору в газетных заголовках родного языка, китайский лингвист Лю Чэньхун отмечает, что она в основном представлена одним или двумя словами, и к тому же часто маркируется. Формальным показателем метафоры являются кавычки, которые делают её более отчётливой, выполняя функцию акцентирования и привлечения внимания. [22, с. 86]. В наших примерах большая часть метафор также использует этот маркер.

В научной литературе для выявления свойств метафоры и особенностей её функционирования в конкретных сферах используют разные подходы, одним из которых является описание посредством классификации. Использование семантической классификации, предложенной В. П. Москвиным [8, с. 112], на наш взгляд, является наиболее интересной и позволяет выявить черты, свойственные метафоре в газетном заголовке китайской газеты. Семантическая классификация метафоры – это классификация, которая описывает её содержательную структуру. В основе такого подхода лежит разбиение на подгруппы с определённым элементом: 1) основным объектом (т.е., главным словом в метафорическом словосочетании); 2) вспомогательным объектом (зависимым словом словосочетания); 3) общим компонентом, т.е. метафорой в целом, основанной на общности вспомогательного

и основного объектов сравнения [8, с. 113]. Выявленные в настоящем исследовании на китайском материале подгруппы метафор носят не окончательный характер. Ввиду найденных нами единичных примеров употребления метафоры в заголовках и требования объективного описания и включения в это описание всех встретившихся примеров, наименования подгрупп в некоторых случаях снабжены дополнительным указанием в скобке (в широком смысле). Мы допускаем, что при большем количестве проанализированных заголовков, количество выделяемых групп может быть иным.

Отдельным вопросом является проблема перевода заголовков, содержащих метафору в китайском языке. Так как данная проблема специально не стоит в центре внимания данной статьи, отметим, что мы руководствуемся лишь принципами лаконичности и ясности передачи заключённой в заголовке информации для русскоязычного читателя. По мере возможности сохраняем метафору при переводе и, учитывая характер грамматического строя русского языка и преимущественно именной характер газетных заголовков, трансформируем глагольный тип китайского заголовка в именной заголовок языка перевода [12, с. 46].

Семантическая классификация метафоры позволяет говорить о выделении подгрупп с определённым элементом. Так, в группе с основным объектом нами выявляются:

(1) экономическая подгруппа. Включает лексемы: *经济 экономика, 企业 предприятие, 营销 маркетинг, 产业链 производственная цепочка, 农业 сельское хозяйство, 银行 банк, 金融集团 финансовая группа, 债 заём, 公司 фирма, 线 деньги*. Например: «僵尸企业»退出后 资产处置主要靠市场[26] *Ликвидация имущества предприятий-вампиров (в знач.: убыточных предприятий) в соответствии с рыночными условиями. 防水材料要切断 «黑色产业链»[20] Положить конец незаконной производственной цепочки* (досл.: Гидроизоляционные материалы должны покончить с «чёрной» производственной цепочкой).

(2) подгруппа явления природы и животного мира (в широком смысле). Представлена лексемами *阴晴 погода, 羊 баран, 花 цветы, 雪 снег, 湖 озеро*. Например: 全球金融形势阴晴未定[20] *Нестабильность «финансового климата» в мире. «离婚限号» 能遏制 «离婚湖» 吗? [26] Может ли ограничение на расторжение браков сдерживать массовый характер разводов* (досл.: озеро разводов)?

(3) антропоцентрическая подгруппа, включающая лексемы: *骗子 обманщик, 活人 (оживлять) людей, 主妇 домохозяйка, 寡妇 вдова, 妈 мама, 奶奶 бабушка, 娃娃 девочка*. Например: 非洲 «爱情骗子» 横行亚洲 用性来操控女性[24] *Африканский соблазнитель манипулирует азиатскими женщинами. 河北7旬 «鞋奶奶» 为村中孤寡老人缝制布鞋20年[24] Семидесятилетняя бабушка из провинции Хэбэй обувает одиноких стариков* (досл.: На протяжении 20 лет семидесятилетняя «обувная бабушка» из пров. Хэбэй шьёт тряпочную обувь для одиноких стариков).

(4) медицинская. Представлена лексемами с общим значением *болезнь 病*, конкретным наименованием заболевания *сахарный диабет 糖尿病* и лексемой *医生 врач*. Например: 开刀根治 «机关病»[20] *Бескомпромиссное лечение «управленческих болезней». 二月河第一本反腐文集面世: 腐败就像 «社会糖尿病»[27] Первый антикоррупционный альманах Эр Юэхэ: Коррупция – «диабет общества». «春雨医生» 线下*

诊所模式值得期待[25] – *Офлайн клиника «Доктор весеннего дождя» оправдывает ожидания.*

(5) созидательная (в широком смысле). Образуется лексемами 屋 дом, 大楼 здание, 城市 город, 桥 мост, 通道 дорога, 背囊 ранец. Например: 纽约男子堆 «雪屋» 网上出租 每晚200美金[24] *Интернет – аренда «снежного дома»* (досл.: Интернет – аренда «снежного дома» жителем Нью – Йорка за 200 долларов за ночь). 智慧城市到底得了哪些 «病» 又该如何治疗? [20] *«Болезни» «разумного города» и их лечение* (досл.: В конце концов, как «разумный город» «заболел» и как ему следует лечиться?). 搭好群众工作连心桥[20] *Завершение строительства «моста дружбы»* (досл.: моста, соединяющего сердца). 大学生研发 «植物背囊» 对抗空气污染 或取代口罩[24] *«Растительные ранцы» в борьбе с загрязнением воздуха.*

(6) предметная (в широком смысле) подгруппа образуется лексемами 校车 школьный автобус, 跑道 беговая дорожка, 篇 сочинение, 宝盒 шкатулка. Например: 开学季全国严查 «黑校车» 力保学生上下学交通安全[24] *Повсеместный контроль за «нелегальными» школьными автобусами* (досл.: чёрными) с наступлением учебного года. «毒跑道» 怎能承载孩子们的起飞 [24] *«Ядовитые» беговые дорожки – причина недуга у детей.*

(7) временная, в которую входят лексемы: 时代 эпоха, 段 период, 星期一 понедельник. Например: 临沧开启咖啡时代[26] *Открытие Линь Цаном «кофейной эпохи».* 金融市场迎来 «黑色星期一»[26] *Встреча «чёрного понедельника» на финансовом рынке.*

(8) речевая деятельность, которая включает лексемы 空谈 пустословить и 诅咒 проклятье, проклинать. Например: «经济空谈» 之风当刹[20] *«Пустая болтовня об экономике» – тормоз развития.*

(9) культурная деятельность, представленная лексемами 节 праздник, 共舞 совместный танец. Например: 白俄罗斯 «国际火节与火共舞» [27] *Белорусский «Международный фестиваль огня и танец огня».*

(10) чувства/ эмоции, настроение, представленная лексемами 禧 счастье, 梦 мечты. Например: 足球梦[28] *Футбольная мечта.*

Порядок расположения групп представлен в соответствии с количеством найденных примеров в порядке их убывания.

В выявленных нами подгруппах, как показывает материал, базовый компонент метафоры носит именной характер, а метафора в целом функционирует в роли подлежащего или дополнения. По количеству найденных примеров самой многочисленной оказалась *экономическая подгруппа*. Можно предположить, что причина этого в том, что, экономика как ведущая область любого общества оказывает влияние на все остальные сферы человеческой жизни, и лексемы, образующие эту подгруппу, могут употребляться довольно широко. Вместе с тем следует оговорить, что это наблюдение носит предварительный характер, при анализе большего количества примеров, возможно, будут несколько иные показатели.

Группа с вспомогательным объектом, который в структуре метафоры занимает препозицию по отношению к основному, в семантической классификации представлена следующими подгруппами:

(1) цветовая. Образована лексемами цветообозначения 绿 или 绿色 зелёный, 黑 или 黑色 чёрный, 白 белый, 金 или 黄金 золотой, 蓝 голубой, 血 красный или кровавый, которые могут употребляться в односложной и/или двусложной форме. Эти лексемы в структуре мета-

форы несут в себе положительную или отрицательную коннотацию, формируя у читателя однозначное понимание описываемого явления или ситуации. Например: 环境保护部推动绿色发展[26] *Министерство охраны окружающей среды способствует экологическому* (досл.: зелёному) *развитию*. 北京清理 62 家 «黑旅游公司» [20] *Ликвидация в Пекине 62 нелегальных* (досл.: чёрных) *турфирм*. 苏州: «金羊» 上市迎羊年[20] *Фонари «золотой баран» на рынках Сучжоу в год барана*.

(2) мир природы и природные явления. Подгруппа представлена лексемами 森林 *лес*, 植物 *растение*, 雪 *снег*, 白雪 *белоснежный*, 冰冻 *холод*, 火 *огонь*, 沸 *кипеть*, 春雨 *весенний дождь*, 光猪 *голая свинья*, которые дают качественную и образную характеристику описываемым людям, событиям и явлениям. Например: «森林大楼» 都灵新 «名胜» [25] *Новая достопримечательность г. Турин – «лесные многоэтажки»*. 纽约男子堆 «雪屋» 网上出租 每晚200美金[24] *Интернет – аренда «снежного дома» жителем Нью-Йорка*.

(3) социальные явления. В данную подгруппу входят лексемы 罢工 *забастовка*, 社会 *общество*, 城市 *город*, 机关 *учреждение*. Например: 法国罢工的代价[31] *Цена забастовок во Франции*. 邱霏恩: 用科学化法治化手段管理城市病[26] *Цю Пэйэнь: Контроль над «болезнями города» на основе закона и научных методов*.

(4) экономическая. Включает лексемы 经济 *экономика*, 金融 *финансовый* и др. Например: 全球金融形势阴晴未定[20] *Нестабильность «финансового климата» в мире*. 伊核协议开启伊朗 «经济宝盒» [24] *Иранское соглашение открывает новые пути для развития экономики* (досл.: экономическую шкатулку) *страны*.

(5) сущностный характер явления. Лексемы этой подгруппы 毒 *яд*, 僵尸 *вампир*, 丧尸 *зомби* дают характеристику описываемому явлению, в ряде случаев, привнося дополнительный образ. Например: «毒跑道» 怎能承载孩子们的起飞[24] *«Ядовитые» беговые дорожки – причина недуга у детей*.

(6) человеческая деятельность (в широком смысле). В роли компонентов выступают 芭蕾 *балет*, 鞋 *обувь*, 救命 *спасать*, 离婚 *разводиться*, 离职 *увольняться*. 芭蕾之花绽放宝岛[26] *«Цветы балета» раскрываются на Тайване* (в знач.: расцвет балета). 上海出租车司机出现 «离职潮» 专车惹的祸[20] *Массовые увольнения (досл.: озеро увольнений) шанхайских водителей такси*.

(7) чувства и эмоции. К данной подгруппе относятся 暴力 *ожесточённый*, 爱情 *любовь*, 寂寞 *одинокий*, 连心 *внимательность*, 师心 *сердечность*, которые также дают характеристику описываемого. Например: 学术是一场 «寂寞的长跑» [24] *Наука – это «одиночный забег на длинную дистанцию»*. 校园电信 «暴力营销» 后 三大运营商捆绑销售再被通报[26] *После «ожесточённого маркетинга» на территории студенческого городка снова задержали трёх крупных операторов*.

(8) вкусовая. Представлена лексемами 糖 *сахар*, 甜蜜 *сладкий*, 咖啡 *кофе*, 粽子 *цзунцзы* (рисовые пампушки, завернутые в бамбуковые или тростниковые листья). Например: 头胎患糖尿病 二胎也算 «糖妈» [25] *При второй беременности женщина-диабетик тоже считается «сладкой мамой»*. 端午节谨防 «粽子病» [26] *Берегитесь переедания (досл.: болезней, связанных с перееданием цзунцзы) в праздник начала лета*.

(9) медицинская. Представлена лексемой 健康 *здоровый*, которая, будучи перенесённой с человека в иную сферу употребления, создаёт

экспрессию. Например: 上膳源 «健康农业» 入驻江苏泰州 [20] «Здоровый источник питания» в провинции Цзянсу.

Проведённые нами исследования показывают, что, исходя из формальной структуры самой метафоры, вспомогательный компонент, который носит именной или адъективный характер, даёт оценочную характеристику основному компоненту. Среди условно выделенных подгрупп наиболее многочисленной является цветовая подгруппа. Слова цветообозначения в структуре метафоры участвуют в более лаконичной передаче смысла, наполняя его большей экспрессией, которая создаётся символикой, закреплённой за этими лексемами в китайской культуре.

Группа метафор по общему компоненту семантической классификации также представлена несколькими подгруппами, к которым относятся:

(1) экономическая. Данную подгруппу представляют метафоры, за которыми закрепились конкретные значения в экономической сфере. Так, 大泡沫 *большой пузырь* означает *торговлю крупными объёмами товара или чаще ценными бумагами, существенно отличающимися от справедливой цены*. Например: 新兴市场大泡沫 [20] *Большой пузырь развивающегося рынка*. 质量月 *месячник качества* является метафорой *серии мероприятий, направленных на повышение качества продукции*. Например: 全国工商联开展 «质量月» 活动 [27] *Всекитайская организация промышленников и торговцев проводит «месячник качества»*. Под 数字城市 *цифровым городом* подразумевается *информационная система, хранящая в себе какую-либо информацию о конкретном городе*: 聚合 «数字城市» 资源 [20] *Создание источников финансирования для «цифрового города»*. Под 智慧城市 *умным городом* понимается *современная концепция устойчивого развития города*: 智慧城市到底得了哪些 «病» 又该如何治疗? [12] *«Болезни «умного города» и их лечение*. 红包 *красный конверт* – традиционный для китайцев конверт с деньгами, который во время празднования китайского нового года по лунному календарю старшие родственники дарят детям, в анализируемом заголовке выступает в роли метафоры, указывая на деньги, вручаемые учащимся в знак благодарности. Стоит отметить, что событие, о котором речь идёт в статье, никак не связано с новым годом. 成都一学校用百万现金做 «红包» 派发给学生 [25] *Миллион юаней в «красном конверте» – денежное вознаграждение учащимся школы Чэнду*.

(2) экологическая. К этой сфере относятся: 白色污染 *белое загрязнение*, которое выступает метафорой *загрязнения окружающей среды пластиковыми отходами*, выражения 绿色银行 *зелёный банк* и 绿色金融集团 *зелёная финансовая группа* являются метафорами учреждений, выдающих кредиты на улучшение экологии, а 绿色金融债 *зелёный заём* рассматривается как метафора такого кредита. Например: 白色污染亟待治理 [20] *Белое загрязнение требует контроля*. 从绿色银行到绿色金融集团 [26] *От зелёного банка к зелёной финансовой группе* (в знач.: переход от банковской структуры к более крупной с сохранением прежних функций – выдачи кредитов на осуществление деятельности, связанной со снижением вредных выбросов в атмосферу). 兴业银行落地境内首单绿色金融债 [26] *Первый зелёный заём Индустриального банка* (в знач.: заём, выданный для улучшения окружающей среды).

(3) общественно-политическая деятельность. В данной подгруппе 颜色革命 *цветная революция* выступает метафорой *массовых народных выступлений оппозиции и акций протеста, которые приводят в конечном итоге к смене власти (в той или иной) стране, под三种 «颜色» подразумеваются три разные партии, участвующие в выборах, а绿色通道 зелёный свет* выступает метафорой *разрешения на совершение какого-либо действия*. Например: 警惕港版 «颜色革命» [25] *Предупреждение о «цветной революции» в гонконгской прессе*. 台湾选举的三种 «颜色» [27] *«Три цвета» выборов на Тайване*. 赴美看病有了 «绿色通道» [26] *«Зелёный свет» на лечение в США*.

(4) временная. Для неё характерно выражение 黄金周 *золотая неделя* как метафора *выходной недели в День образования КНР и Праздник весны (китайский новый год по лунному календарю)*. Например: 我们要怎么样过黄金周 [26] *Как мы проведём «золотую неделю»?*

(5) антропоцентрическая. Представлена выражением 樱花女王 *королева сакуры* как метафорой *девушки, которую, начиная с 1966 года, выбирают в качестве посла доброй воли в Японии*. Например: 浪漫樱花: 日本 «樱花女王» 是怎么选出来的 [24] *Романтическая сакура: Как выбирают королеву сакуры?*

(6) медицина и здоровье. Представлена выражением 食物医生 *досл.: продукты-врачи, как метафорой натуральных продуктов питания, помогающих здоровью человека*. Например: 厨房里有9个 «食物医生» 都是防病治病高手 [26] *9 натуральных продуктов питания как средство против болезней в доме*.

(7) образовательная. К ней относится выражение 书林街 *досл.: улица «книжного леса», которое образно говорит об улице, где расположены крупные книжные магазины*. Например: 漫步书林街 [26] *Прогулка по книжному лесу*. 博物馆之夜 – 夜 *музеев, в значении международная акция, приуроченная к Международному дню музеев, во время которой можно осмотреть музейные экспозиции ночью*, например: 5\*18 博物馆之夜—志愿者专场活动 [31] *Особая деятельность волонтеров 18 мая в ночь музеев*.

(8) строительная. 生命线 *жизненно важная артерия* выступает метафорой *городского подземного трубопровода:管好城市运行 «生命线»* [26] *Усовершенствование жизненно важной артерии города*.

Данный раздел классификации, проведенной нами, свидетельствует о том, что словосочетания, выступающие в роли метафоры, в большей степени (но не всегда) являются знакомыми и понятными для читателя ввиду их частого употребления в определённых областях. За ними стоят конкретные и сложные понятия, которые нашли своё краткое, точное и ёмкое выражение благодаря свойству человеческого мышления. Более того, можно отметить, что такие метафоры как *большой пузырь, месячник качества, цветная революция* являются аналогами метафор в русском языке. Метафоры этого раздела семантической классификации, в отличие от первых двух, в основном носят устойчивый характер.

Исследователи метафоры отмечают, что метафора употребляется в разных стилях языка и выполняет свои функции по-разному. В исследуемом нами публицистическом стиле основная её функция заключается в усилении речевого воздействия [17, с. 31]. Учитывая, что для публицистического стиля характерны информативная, рекреационная и функция воздействия на читателя, надо полагать, что метафо-

ра участвует в осуществлении этих общестилевых функций. Исследование функционирования метафоры в газетном заголовке позволяет сказать, что лаконизм и экспрессия, присущие метафоре, участвуют в создании её речевого воздействия. В свою очередь, экспрессия создаётся за счёт использования 1) лексем цветообозначения, которые выступают в качестве вспомогательного компонента. Они, давая характеристику и оценку явлению, формируют однозначное отношение к нему читателя. Впечатление усиливается коннотацией, закреплённой культурной традицией. Так, лексема *зелёный* связана с выражением положительной коннотации. Например: *赴美看病有了 «绿色通道»* [26] *Зелёный свет на лечение в США*. Лексемы *чёрный*, *белый* формируют отрицательную коннотацию. Например: *北京清理62家 «黑旅游公司»* [20] *Ликвидация в Пекине 62 нелегальных турфирм и涉恐 «白寡妇»* *人间蒸发 法院建议终止调查* [26] *Приостановление расследования по причине исчезновения причастной к терроризму «белой вдовы»*. 2) лексем, создающих в сознании читателя образы. Отрицательный образ создаётся лексемой *僵尸 – вампир* в заголовке *«僵尸企业»退出后 资产处置主要靠市场* [26] *Ликвидация имущества предприятий-вампинов* (в знач.: убыточных предприятий) *в соответствии с рыночными условиями*. Положительный – лексемами *书林街 улица книжного леса* в примере *漫步书林街* [26] *Прогулка по книжному лесу*. 3) слов, отражающих реалии китайской жизни. Например, *成都一学校用百万现金做 «红包» 派发给学生* [25] *Миллион юаней в «красном конверте» – денежное вознаграждение учащимся школы Чэнду*. *«中国女婿» 开启南美 «长征»* [28] *Длительное путешествие* (досл.: «Великий поход») *по странам Южной Америки*. 4) лексем, которые, по мнению китайских исследователей, вызывают отрицательные ассоциации или эмоции, например: *糖尿病 диабет: 二月河 第一本反腐文集 面世: 腐败就像 «社会糖尿病»* [26] *Первый антикоррупционный альманах Эр Юэхэ: Коррупция – «диабет общества», 寡妇 寡妇: 涉恐 «白寡妇» 人间蒸发 法院建议终止调查* [26] *Расследование приостановлено по причине исчезновения причастной к терроризму «белой вдовы»*. *毒 剧毒的: «毒跑道» 怎能承载孩子们的起飞* [24] *«Ядовитые» беговые дорожки – причина недуга у детей*. Как видно из примеров, эти лексемы могут выступать как в роли основного, так и в роли вспомогательного компонентов метафоры. 5) выявленной нами в заголовках «игры слов». Например, *新型磨床中国 «智造»* [20] *Новая усовершенствованная модель шлифовального станка отечественной разработки*. Здесь в выражении *中国智造 отечественная разработка* (досл.: китайским умом создавать) *智造* омонимично *制造 изготавливать, производить*, известному в сочетаниях *«中国制造» сделано в Китае*. 6) необычной сочетаемости слов в составе метафоры, когда не сразу понятно, о чём или о ком идёт речь. Например, метафора *«玻璃娃娃» 脆的 (досл.: стеклянная) 小女孩* в заголовке *«玻璃娃娃» 戴上学士帽* [26] *«Хрупкая девочка» в головном уборе бакалавра* употребляется как эвфемизм вместо выражения *девочка-инвалид, страдающая «болезнью хрупких костей/остеогенезом»*. 7) устойчивых выражений, передающих в лаконичной форме конкретные и сложные понятия, которые закрепились в определённой сфере деятельности. Например: *«黑色星期一» 黑色的 星期一* в заголовке *金融市场迎来 «黑色星期一»* [26] *Встреча чёрного понедельника на финансовом рынке*.

Таким образом, выражая мысль в лаконичной и яркой форме, метафора в составе газетных заголовков передаёт оценочную, образную, сущностную характеристику описываемым явлениям, событиям и фактам действительности, выполняя ряд функций.

Выполняя информативную функцию, метафора участвует в передаче читателю информации о происходящих событиях. Например, 开学季全国严查 «黑校车» 力保学生上下学交通安全[24] *Повсеместный контроль за «нелегальными» школьными автобусами с наступлением учебного года.*

Номинативная функция проявляется в способности метафоры давать название новым реалиям, используя уже существующие наименования. Например, 新兴市场大泡沫[20] *Большой пузырь развивающегося рынка.*

Характеризующая функция направлена на характеристику описываемого события, явления и факта действительности. Например: 美不胜收! 海底微生物 «蓝眼泪» 奇观[26] *Красота живущих на дне моря микроорганизмов «голубые слёзы».*

Когнитивная функция метафоры направлена на формирование знаний об описываемых явлениях и событиях [4, с. 26]. Например: 滋养绿色农业丰收梦 助力耕地 «减肥» [26] *Истощение пахотных земель от экологически чистого сельского хозяйства. 学术是一场 «寂寞的长跑» [24] Наука – «одиноким забег на длинную дистанцию».*

Выступая в функции эвфемизма, метафора в более мягкой форме передаёт информацию. В примере «玻璃娃娃» 戴上学士帽[26] «Хрупкая девочка» в головном уборе бакалавра, 玻璃娃娃 употребляется вместо выражения *девочка-инвалид, страдающая остеогенезом.* В заголовке 帮小糖人快乐控糖[29] *Помощь «сладким малышам»* 小糖人 употребляется вместо выражения *маленькие дети, страдающие сахарным диабетом.* Метафора 冰冻活人 *холод оживляет людей* в примере 湖南长沙上演 «冰冻活人» 公益大战[25] *Чаша: лечение холодом во имя общего блага* (досл.: «холод оживляет /делает живыми людей») используется как эвфемизм вместо выражения *лечить рак.*

Функция уточнения – функция, в которой метафора носит уточняющий характер. «春雨医生» 线下诊所模式值得期待[25] *Офлайн клиника «Доктор весеннего дождя» оправдывает ожидания.*

Функция привлечения зрительского внимания реализуется в метафоре через использование в её структуре самых неожиданных слов. Основная задача метафоры в данном случае – сделать заголовок достаточно броским, чтобы при одном только взгляде на него читатель заинтересовался. Например, «毒跑道» 怎能承载孩子们的起飞[24] *«Ядовитые» беговые дорожки – причина недуга у детей.*

Манипуляционная функция метафоры призвана воздействовать на сознание читателя, побуждая его к каким-то действиям. Например, 厨房里有9个 «食物医生» 都是防病治病高手[27] *9 натуральных продуктов питания как средство против болезней в доме.*

Эстетическая функция метафоры проявляется в «украшении» заголовка: 伊核协议开启伊朗 «经济宝盒»[24] *Иранское соглашение открывает новые пути для развития экономики* (досл.: экономическую шкатулку) *страны, где эстетика заголовка создаётся лексемой 宝盒 шкатулка с сокровищами.*

Рекреационная функция – это функция, выполняя которую, метафора своим лексемным составом создаёт особое настроение. Напри-

мер, 兰州 «光猪跑» 寒冬开玩 展现低碳环保健康理念[26] – Ланьчжоу: бег в нижнем белье зимой как оздоровительное средство (досл.: «бег голых свиней» от англ.: undierun/ бег в нижнем белье, одним из значений которого является *возвращение в природу*).

Таким образом, метафора как средство усиления речевого воздействия, активно используется в газетном заголовке. Проведённая нами семантическая классификация метафоры позволяет путём системного описания увидеть её лексемный состав и уяснить механизм создания её экспрессии. Используясь в структуре газетного заголовка, метафора выполняет в целом функции публицистического стиля, а вместе с тем и свои собственные. Выражая мысль в лаконичной и яркой форме, помогает читателю, благодаря культурной коннотации лексем, участвующих в составе метафоры, понять описываемые события, явления и факты действительности, давая им характеристику. Изучение метафоры в газетном заголовке позволяет углубить знание о ней как языковом явлении, так и свойстве человеческого мышления, способного видеть общее в разном.

## Литература

1. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 5–32.
2. Афанасьева А. Р. Метафора в заголовках статей как прием речевого воздействия // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2014. № 4. С. 72–75.
3. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в педагогическом дискурсе: Современные зарубежные исследования // Журнал политическая лингвистика. 2007. № 21. С. 69–75.
4. Волкова Ю. А. Употребление метафор жизни в современной российской прессе [Электронный документ] // Русский язык и литература. Universitas Helsingiensis. URL [www.helsinki.fi/venaja/opiskelu/graduaja/volkova..pdf](http://www.helsinki.fi/venaja/opiskelu/graduaja/volkova..pdf) [Дата обращения: 23.04.15 г.].
5. Гаврилюк М. А. Зооморфизмы китайского языка как средство аксиологической характеристики человека // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2013. № 10. С. 136–140.
6. Гладун Т. В. Метафора в публицистическом тексте на материале французской и российской прессы // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2009. № 3. С.30–34.
7. Аристотель [Электронный документ] // Искусство метафоры. URL <http://www.metaphor.narod.ru/review/aristotle.htm> [Дата обращения: 19.05.2014 г.].
8. Москвин В. П. Русская метафора: Очерк семиотической теории. – М.: ЛЕНАНД, 2006. – 184 с.
9. Никитенко В. В., Медведева А. С. Стилистика первого иностранного языка (китайский язык): учебник. – Красноярск: ИПК СибФУ, 2007. – 101 с.
10. Пантелеева В. Г., Попова Е. А. Стилистические особенности современного газетного заголовка (на материале газет «Удмуртская правда» и «Совершенно конкретно») // Вестник Удмуртского университета. 2005. № 5. С. 114–123.
11. Пинчукова Н. В. Роль газетных заголовков в создании образа

Европы в масс-медийном дискурсе США // Современные проблемы взаимодействия языков и культур: материалы междунар. научно-практич. конф. – Благовещенск, 2010. – С. 171–177.

12. Ростовцев В. А. Учебное пособие по общественно-политическому переводу для 3-го курса. Китайский язык/ В. А. Ростовцев. – М.: Типография Военного института, 1975. – 326 с.

13. Смирнова Е. А. Функции газетного заголовка (на примере англо-американской прессы) [Электронный документ] // Международная научная конференция «Личность-слово-социум-2009». URL <http://pws-conf.ru/nauchnaya/lss-2009/153-smi-mediakultura/7343-funktsii-gazetnogo-zagolovka.html> [Дата обращения: 22.03.15 г.].

14. Тупицына И. Н., Скороходова Е. Ю. Природа метафоры и ее использование в современной российской прессе // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 22. С. 108–114.

15. Туралина Н. А. Анимистическая метафора в авторском художественном дискурсе // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2008. № 2. С. 50–52.

16. Фролова О. П. Некоторые виды метафор как способы выражения экспрессивных личностных характеристик в современном китайском языке // Сборник тезисов 3 конференции по китайскому языкознанию. – М., 1986. С. 67–69.

17. Чекуть Е. Р. Функционально – стилистические особенности заголовков газетно – публицистического стиля // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2008. № 5. С. 27–35.

18. Шишкин Н. Э. Газетный заголовок [Электронный документ] // Отделение журналистики. ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова» URL <http://journ.chuvsu.ru/index.php/medya/elektronnaya-biblioteka-po-zhurnalistike/106-gazetnyj-zagolovok-sbornik-materialov-shishkin-n-e> [Дата обращения: 16.09.15 г.].

19. Метафора [Электронный документ] // Энциклопедия Кругосвет. URL [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/lingvistika/METAFORA.html?page=0,2](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/METAFORA.html?page=0,2) [Дата обращения: 19.05.14 г.].

20. 经济日报 («Цзинцзи жибао»/«Экономическая газета»). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.jingji.com.cn/> [Дата обращения: 23.05.15 г.].

21. 梁远冰. 隐喻投射的批评性研究 (Лян Юаньбин. Критический подход в исследовании метафоры) // 暨南大学华文学院学报. – 广州, 2006年. – 第60–66页.

22. 刘晨红. 新闻标题中的隐喻及其语用功能 (Лю Чэньхун. Метафора и ее функции в новостных заголовках) // 淮北职业技术学院学报. – 淮北, 2007年. – 第84–86页.

23. 卢英顺. 比喻现象的认识解释 (Лу Иншунь. Когнитивное значение метафоры) // 语言教学与研究. – 北京, 2001年. – 第42–47页.

24. 青年日报 («Циньянь жибао»/«Молодежная газета») [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cyol.net/> [Дата обращения: 29.05.15 г.].

25. 环球时报 («Хуаньцю шибао»/«Глобал таймс») [Электронный ресурс]. URL <http://www.huanqiu.com/> [Дата обращения: 14.09.15 г.].

26. 人民日报 (Газета «Жэньминь жибао») [Электронный ресурс]. URL <http://www.people.com.cn/> [Дата обращения: 13.09.15 г.].

27. 人民日报 (Газета «Жэньминь жибао») [Электронный ресурс]. URL <http://www.people.com.cn/> [Дата обращения: 31.05.16 г.].

28. 人民日报海外版 («Жэньминь жибао хайвайбань») [Электронный ресурс]. URL [http://paper.people.com.cn/rmrbhwb/html/2016-08/01/node\\_865.htm](http://paper.people.com.cn/rmrbhwb/html/2016-08/01/node_865.htm) [Дата обращения: 08.04.16<sup>г.</sup>].

29. «生命时报» (Шэнмин шибао/Жизнь) [Электронный ресурс]. URL [http://paper.people.com.cn/smsb/html/2016-07/29/node\\_780.htm](http://paper.people.com.cn/smsb/html/2016-07/29/node_780.htm) [Дата обращения: 30.04.16<sup>г.</sup>].

30. 于海波. 新闻标题中隐喻的认知研究 (Юй Хайбо. Метафора в заголовках новостей) – 黑龙江: 黑龙江大学出版社, 2011年. – 58页.

31. 中国城市报 (Чжунго чэншибао/Города Китая) [Электронный ресурс]. URL [http://paper.people.com.cn/zgcsb/html/2016-07/25/node\\_2591.htm](http://paper.people.com.cn/zgcsb/html/2016-07/25/node_2591.htm) [Дата обращения: 30.04.16<sup>г.</sup>].