

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА
ГРІНЧЕНКА**

ФАКУЛЬТЕТ СХІДНИХ МОВ

Кафедра китайської мови і перекладу

**ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕТАФОРИ В
КИТАЙСЬКИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ**

Курсовий проєкт

з напрямку підготовки

035.065.01 Мова і література (китайська)

4 курс група МЛКб-2-21-40д.

Галацан Лілії Миколаївни

Науковий керівник:

к. філ. н., доцент

Кравченко О. О.

Київ – 2025 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТАФОРИ	7
1.1.Поняття метафори у сучасній лінгвістиці	7
1.2.Метафора як засіб впливу в медіа	10
1.3.Особливості китайської мови, що впливають на метафору	16
РОЗДІЛ 2. ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕТАФОР У КИТАЙСЬКИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ	19
2.1. Типи метафор у китайських медіа	19
2.2. Лексичний рівень аналізу	24
Лексичний рівень аналізу метафор у китайських медіа дозволяє розкрити значення метафор у виразності, тематичної різноманітності, красномовності та інформаційного наповнення тощо. Визначає, яке слово має значення в прямому та переносному значеннях, походження слова та використання у мовленні.	24
2.2.1. Частотність вживання певних лексичних одиниць у складі метафор	24
2.2.2. Особливості лексичного наповнення в залежності від тематики статей	25
2.3. Семантичний рівень аналізу	27
Семантичний рівень аналізу фокусується на значенні слів, словосполучень, речень і тексту загалом. Він досліджує, як слова взаємодіють між собою в контексті, які смислові відтінки вони мають та які приховані значення передають. Особливе значення має семантика ієрогліфів, адже кожен ієрогліф має не лише конкретне значення, а несе в собі багате історичне та культурне надбання.	27

2.3.1. Дослідження значення метафор у контексті	27
2.3.2. Вплив семантики ієрогліфів на метафоричні конструкції	29
В китайській мові семантика ієрогліфів має значний вплив на формування метафоричних конструкцій, оскільки кожен ієрогліф не лише позначає конкретне слово, але й несе в собі багатий пласт культурних та філософських значень.	29
РОЗДІЛ 3. ПРИКЛАДНА ФУНКЦІЯ МЕТАФОР В КОНТЕКСТІ КИТАЙСЬКИХ ЗМІ	32
3.1. Вплив метафор на формування суспільної думки. Приклади ефективного використання метафор у китайських медіа.	32
3.2. Порівняльний аналіз із метафорами в інших культурах. Спільні риси і відмінності	32
ВИСНОВКИ	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:	41
ДОДАТКИ	44

ВСТУП

Дослідження лексико-семантичних особливостей метафори в китайських засобах масової інформації є актуальним з кількох причин.

По-перше, метафора є важливим засобом вираження думок та емоцій у мові, вона відображає культурні особливості та світогляд носіїв мови. Вивчення метафор у китайських медіа дозволяє глибше зрозуміти специфіку китайського мислення та культурні коди, що є важливим для міжкультурної комунікації та перекладу.

По-друге, аналіз метафоричних конструкцій у ЗМІ допомагає виявити, як через мову формуються та передаються суспільні цінності, ідеології та стереотипи. Наприклад, аналіз метафор технологічно-економічного дискурсу дають змогу зробити висновок про успішний технологічний прогрес Китаю на світовому ринку. Завдяки емоційному впливу на читача, такі метафори дають зрозуміти взаємовідносини китайської сторони з іншими країнами. Також, розкривають переваги країни у ринковій конкуренції з опонентами.

По-третє, сучасні китайські медіа активно використовують метафори для привернення уваги аудиторії та надання текстам емоційного забарвлення. Дослідження цих метафоричних виразів дозволяє зрозуміти сучасні тенденції розвитку китайської мови та її стилістичні особливості.

Таким чином, вивчення лексико-семантичних особливостей метафори в китайських газетно-журнальних виданнях сприяє глибшому розумінню як мовних, так і культурних аспектів сучасного китайського суспільства, що є важливим для лінгвістів, культурологів та фахівців з комунікації.

Мета дослідження: детальний аналіз лексико-семантичних особливостей метафор, що використовуються в китайських засобах масової інформації, з метою виявлення їхньої ролі у формуванні змісту та впливу на читача.

Завдання дослідження:

- Розкрити теоретичні підходи до вивчення метафори та її лексико-семантичних особливостей.
- Проаналізувати специфіку використання метафор у китайських засобах масової інформації.
- Визначити основні типи та тематичні групи метафор, що зустрічаються в китайському медіа-дискурсі, та їхні лексико-семантичні особливості.
- Дослідити вплив метафоричних виразів на сприйняття інформації читачами китайських медіа.
- Виявити культурні та національні особливості, що відображаються через метафоричні конструкції в китайських ЗМІ.

Об’єкт дослідження: метафоричні вирази, присутні в текстах китайських засобах масової інформації.

Предмет дослідження: лексико-семантичні характеристики та функції метафор у китайському медіа-дискурсі.

Методи дослідження: теоретичні методи – аналіз, синтез, узагальнення, класифікація, систематизація.

Аналіз літературних джерел: Вивчення наукових статей, монографій, підручників, дисертацій та інших публікацій для збору теоретичної бази, визначення існуючих знань, виявлення та обґрунтування актуальності роботи.

Контент-аналіз через систематичний та кількісний аналіз текстового матеріалу для виявлення ключових термінів, їхнього вживання, частоти появи та контекстуального значення.

Лексикографічний аналіз через вивчення словникових джерел та лексикографічних ресурсів.

Семантичний аналіз через вивчення значень термінів, слів, їхньої семантики та синтаксичних відношень.

Матеріали дослідження:

Інформаційні вебсайти китайською мовою, такі як:

Китайська щоденна газета, орган ЦК Комуністичної партії Китаю (人民日报);

Публічна сторінка програми WeChat (微信公众平台);

Інтернет-портал народного уряду муніципалітету Пекіна (北京市人民政府门户网站);

Інтернет-портал народного уряду провінції Гуандун (广东省人民政府门户网站);

Суспільно-політичний журнал “Цюши” (求是网);

Офіційне інформаційне агентство КНР “Сінхуанет” (新华网).

Апробація результатів дослідження: Апробація результатів дослідження здійснена на “ІІІ Всеукраїнському форумі молодих сходознавців”, м. Київ, 16-17 квітня 2025 р., у формі доповіді на тему: “ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕТАФОРИ В КИТАЙСЬКИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ”.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТАФОРИ

1.1. Поняття метафори у сучасній лінгвістиці

Метафора є одним із найпоширеніших засобів збагачення лексичного запасу мови. Традиційно метафору розглядають як “художній засіб, що полягає в переносному вживанні слова або виразу на основі аналогії, схожості або порівняння, а також слово або вираз, ужиті в такий спосіб”. З метафорою пов’язаний процес метафоризації – “творення словесного образу за допомогою метафори” [2, с. 663]. Процес метафоризації водночас розширює стилістичні можливості мовотворення. Дж. Лакофф та М. Джонсон зазначають, що ядро метафоричної системи утворюють метафори, що відповідають сформульованій тезі “односпрямованості”. Власне, ця теза відображає одну з найважливіших функцій метафори – когнітивну, або функцію отримання нового знання [24, с. 11]. Отже, формування метафори безпосередньо пов’язане з процесом отримання та осмислення нових знань у мовній конструкції.

Науковий інтерес до метафори як ключового поетичного тропу та засобу ментального вираження залишається високим. Лінгвістичні підходи до її вивчення еволюціонували від риторики – давньогрецької науки про переконання і вплив на суспільство – до сучасних аспектів аналізу метафоризації, які досліджують подібності та контрастність значень слів.

Вивчення метафори в лінгвістиці враховує творчі й когнітивні особливості людини, що сприяє розширенню мовознавчих досліджень та розвитку культури загалом. Сучасні підходи до її аналізу охоплюють різні науки: лінгвістику, яка розглядає мову у всій її багатогранності; філософію, що поєднує знання про людину і світ; психологію, яка вивчає мислення, почуття та поведінку; а також літературознавство, де метафора відіграє ключову роль у формуванні мистецтва слова.

Серед численних теорій метафори найпоширенішою є концептуальна (когнітивна) метафора. Вона пояснює метафоризацію як процес зміщення семантики слова від прямого значення до переносного та як складне багаторівневе явище, що має когнітивний, комунікативний і психологічний виміри [21, с. 10].

Концептуальна метафора є важливим об'єктом дослідження в сучасній лінгвістиці. Її вивчення постійно розвивається, оскільки нові підходи до розуміння метафори адаптуються до різних сфер застосування. Метафора, як когнітивний механізм, дозволяє конкретизувати загальні поняття, виступаючи ключовим способом пізнання явищ та процесів і концептуалізації реальності.

Дослідники, такі як В. Лесин і О. Пулинець, визначають метафору як один із основних тропів, що розкриває сутність одного явища через перенесення на нього властивостей іншого, поєднуючи прямі та переносні значення [10, с. 118]. Дж. Лакофф підкреслює, що метафора пронизує наше повсякденне життя, проявляючись не лише в мовленні, але й у мисленні та діях, виконуючи когнітивну роль і будучи основним механізмом для усвідомлення абстрактних концептів та здатності абстрактно мислити.

Концептуальна метафора розглядається як стійке та зафіксоване в мовній і культурній традиції використання мовного знака одного концепту для позначення іншого, що передбачає розуміння сутності позначуваного за аналогією. Дж. Фоконьєр і М. Тюрнер підкреслюють, що метафора є потужним засобом, який рухає мистецтво, науку, релігію та технології.

Таким чином, концептуальна метафора є ключовим елементом у розумінні та дослідженні мови, мислення та культури, забезпечуючи глибше усвідомлення складних абстрактних понять через більш конкретні образи. Дослідження підтверджують, що метафора базується на семантичних аспектах, які визначають значення слів та їхніх компонентів, а також на концептуальних знаннях, отриманих у

процесі пізнання світу. Вона відіграє важливу роль у концептуалізації абстрактних понять, розширюючи наше розуміння світу та сприяючи розвитку людського мислення.

У працях Дж. Лакоффа та М. Джонсона підкреслюється, що метафора має мисленнєвий та діяльнісний характер, оскільки “звичайна концептуальна система, в межах якої ми мислимо та діємо, метафорична за своєю природою”.

Концептуальна метафора виконує кілька функцій, зокрема когнітивну, комунікативну, інформативну тощо. Її функціональність залежить від стилю, в якому вона використовується. Наприклад, у публіцистичному стилі метафора виконує зображальну функцію. Зображальна функція – метафора допомагає зробити повідомлення більш образним, яскравим і важливим. Як відомо, для публіцистичних текстів метафоричне слововживання вважається закономірним, на сторінках журналів та газет метафора є характерним засобом текстової експресії. функцію, допомагаючи обґрунтовувати факти реальної дійсності – природної, соціальної чи технічної [7, с. 142].

У когнітивній лінгвістиці особливе місце займає діяльнісна теорія концептуальної метафори, розроблена Дж. Лакоффом і М. Джонсон. Згідно з цією теорією, метафора полягає у використанні знаків однієї концептуальної сфери для позначення елементів іншої. Вона притаманна повсякденному мовленню та мисленню людини, а не лише художньому дискурсу, і керується досвідом, набутим у процесі спільної діяльності етносу.

Концептуальна сфера, яка надає знаки для перенесення, називається джерелом (source domain), а сфера, яка запозичує ці знаки, – мішенню (target domain). Домен-джерело зазвичай є більш зрозумілим і конкретним, пов'язаним з безпосереднім фізичним або просторовим досвідом. У процесі метафоричного перенесення

структура когнітивної моделі сфери-джерела накладається на відповідну структуру сфери-мішені.

На основі проведеного дослідження можна визначити концептуальну метафору як мовленнєво-мисленнєве явище або процес, що відображає світобачення і світосприйняття людини, поєднуючи поняттєві сфери різних явищ та осмислюючи нові об'єкти реальної дійсності. Таким чином, вивчення понятійно-категоріального апарату концептуальної метафори відіграє важливу роль у сучасній лінгвістиці. Теорія концептуальної метафори активно розвивається, отримуючи нові змістові інтерпретації та знаходячи застосування в реальній лінгвістичній практиці.

1.2. Метафора як засіб впливу в медіа

Метафору досліджували численні вітчизняні та зарубіжні науковці, серед яких Дж. Лакофф (Lakoff, G., 2008), М. Блек (Black, M., 1979), Е. МакКормак (McCormack E., 1990), Л. Є. Гапонова (Гапонова, 2013), К. А. Лут (Лут, 2011), М. В. Романюха (Романюха, 2013) та інші.

Питанням метафори в публіцистичному стилі присвятили свої праці такі дослідники, як Я. Б. Келічава (Келічава, 2016), П. П. Мельник (Мельник, 2014), Л. В. Одинецька (Одинецька, 2017), А. Овсієнко (Овсієнко, 2018) та інші.

Стратегії та засоби мовного впливу в мас-медійному дискурсі досліджували такі вчені, як Т. Стасюк (Стасюк, 2010), В. В. Лойко (Лойко, 2011), Л. Чік (Чік, 2015) та інші.

Попри численні дослідження на суміжні теми, метафора як засіб мовного впливу в мас-медійному дискурсі залишається недостатньо вивченою, що підкреслює актуальність подальших досліджень у цій сфері.

Автор пропонує виділити такі групи метафор: проста, розгорнута, змішана, етимологічна, індивідуально-авторська, поетична, традиційна, композиційна,

гіперболічна, метафора персоніфікації, метафорична антономазія та метафоричний епітет. Дослідники також часто зазначають зв'язок метафори з алегорією, перифразою, алюзією та порівнянням, а також відмінності між метафорою, метонімією та синекдохою.

Метафора широко використовується в різних типах дискурсу, виконуючи при цьому різні функції. Кожен конкретний дискурс характеризується певним рівнем метафоричності. Наприклад, розмовний дискурс та офіційно-діловий дискурс, політичний та поетичний дискурси суттєво відрізняються між собою, зокрема за ступенем метафоричності. Найчастіше метафора зустрічається в художньому та мас-медійному дискурсах.

Мас-медійний дискурс, як правило, зосереджується на соціально значущих подіях, пропонує фрагментовану картину світу, має відкриту світоглядну позицію та соціальну оцінність. У друкованих засобах масової інформації адресант (журналіст) та адресат (читач) не вступають у безпосередню комунікацію; комунікативним актом журналіста є текст статті, а безпосередня реакція читача менш важлива.

Під час створення письмового дискурсу автор використовує спеціальні мовні засоби та вирази, щоб досягти бажаного результату – вплинути на реципієнта. Журналісти ретельно відбирають мовні засоби, властиві мові конкретних ЗМІ, враховуючи соціальне замовлення. Невдалий вибір мовних засобів може призвести до комунікативної невдачі. Завдання журналіста – не лише передати інформацію, але й вплинути на реципієнта; завдання аудиторії – отримати нову інформацію.

Мас-медійний дискурс має ідеологічну спрямованість, яка проявляється у вибірковій актуалізації інформації та управлінні когнітивною складовою суспільства. Когнітивною одиницею мас-медійного дискурсу є мас-медійний концепт, що зосереджується на актуальній соціальній дійсності в контексті соціальної ідеології.

Таким чином, мас-медійний дискурс є складним механізмом, який, з одного боку, відображає сучасну дійсність, а з іншого – оцінює події та факти, керуючи когнітивною діяльністю суспільства через свою ідеологічну функцію.

Маніпулятивний вплив у ЗМІ є однією з характеристик сучасної мовної діяльності, що привертає увагу лінгвістів. Маніпуляція – це складний психолінгвістичний процес впливу на людину, ознаками якого є прихований вплив, бажання змінити погляди адресата на свою користь, особлива організація тексту та створення ілюзії самостійного вибору співрозмовника.

Маніпуляція застосовується у багатьох сферах діяльності: політиці, рекламі, літературі, навчанні тощо. ЗМІ, як важливий інструмент масової комунікації, використовують маніпуляцію для керування громадською думкою. Практично будь-яка інформація не є повною та істинною, що дозволяє створити потрібне уявлення про дійсність. Хоча маніпулятивні можливості мови все частіше стають об'єктом лінгвістичних досліджень, досі існують численні невирішені питання у цьому феномені. Крім того, список існуючих прийомів впливу постійно поповнюється та ускладнюється [5].

У сучасних умовах, коли інформаційні інтернет-ресурси та медіа, зокрема новинні, конкурують за збільшення трафіку, часто єдиним джерелом доходу таких платформ є розміщення рекламних банерів на своїх сторінках. Рекламодавці платять за рекламу залежно від кількості відвідувачів, які побачать банер. Оскільки чим більше людей натискають на посилання, тим більше прибутку отримує медіа, автори статей часто використовують гучні, так звані “клікбейтні” заголовки для залучення уваги читачів. Це стало одним із основних способів маніпуляції в масмедійному дискурсі [17, с. 116].

З психологічної точки зору, такі заголовки викликають у людей підсвідоме формування завищених очікувань, які вони сподіваються реалізувати, перейшовши за

посиланням. З цього приводу французький соціолог і філософ П'єр Бурдьє вказував у своїй праці “Про телебачення”, що телевізійні токшоу не допомагають осмислити проблему, а навпаки, створюють ілюзію розуміння, обманюючи аудиторію [20].

Як було зазначено раніше, в лінгвістиці ще не існує єдиної класифікації прийомів мовного маніпулювання. Це пов'язано з тим, що в процесі комунікації, особливо в медіадискурсі, часто використовуються різноманітні методи, які накладаються один на одного, ускладнюючи їх розмежування. Окрім того, список таких методів постійно оновлюється і змінюється.

У теорії комунікації виділяють різні прийоми маніпуляції, які впливають на свідомість і підсвідомість адресата, серед яких: замовчування (приховування), селекція, спотворення, фальсифікація, напівправа, створення “неіснуючої реальності”, хибні висновки, хибні інтерпретації, ефект ошуканого очікування тощо.

Ці прийоми реалізуються за допомогою різних мовних засобів – фонетичних, лексичних, морфологічних, синтаксичних тощо. Прийоми спотворення інформації включають такі методи, як навішування ярликів, використання категорій “свій – чужий”, евфемізмів, дисфемізмів та інших мовних засобів із маніпулятивною метою. Журналісти часто використовують ці прийоми, щоб прикрасити або, навпаки, спотворити реальність, створюючи певне ставлення до описуваних явищ, викликаючи схвалення або осуд. Різноманітні номінації часто стають стереотипами, штампами чи ярликами, що тиражуються в пресі.

Комунікативна категорія “свій – чужий” відображає бінарний поділ світу на “своє” (визнане, схвалюване, безпечне) та “чуже” (не схвалюване, вороже). Цей поділ часто виражається через займенники “ми”, “наш” і “вони”, “не наш”, “їх”, причому “свій” зазвичай оцінюється позитивно, а “чужий” – негативно.

Спотворення інформації може здійснюватися за допомогою лексичних засобів, таких як евфемізми та дисфемізми. Евфемізми замінюють небажані слова та

висловлювання, допомагаючи уникнути конфлікту та навіть приховати негативні явища дійсності. Їх вживання змінює ставлення адресата до події, створюючи асоціацію з чимось корисним.

Поруч із евфемізацією застосовується дисфемізація. Дисфемізм – це навмисне використання грубих, вульгарних, стилістично знижених (іноді нецензурних) слів і оборотів з метою вираження різко негативної оцінки або створення експресії в тих випадках, де можливе стилістично та емоційно-нейтральне вживання. Вони сприяють формуванню неприязні або навіть відрази до об'єкта сприйняття [23, с. 123-125].

У медіатекстах для посилення впливу використовують різні засоби виразності: епітети, метафори, порівняння, риторичні питання, повтори, іронію, антитезу, інверсію, мовну гру та інші. Вони суттєво впливають на адресата, привертають увагу, активізують асоціативне та образне мислення. Водночас ці мовні одиниці мають і другий план – переносне значення, що дозволяє закладати в текст імпліцитний зміст, яким можуть користуватися маніпулятори.

Сучасні зарубіжні ЗМІ, як і їх українські колеги, не завжди здатні надати своїй аудиторії достовірну інформацію. У цих випадках спостерігається використання таких методів, як вплетення чуток та спотворення сенсу подій. Посилаючись на недостовірні дані, формуються фальсифіковані опитування громадської думки з метою переконання громадськості у підтримці більшості тієї чи іншої позиції. Страх опинитися в соціальній ізоляції чи меншості підштовхує реципієнта змінювати чи замовчувати свої погляди, що дозволяє суб'єкту маніпуляції досягати бажаного результату.

Також в контексті маніпуляцій в ЗМІ неможливо не згадати негативну пропаганду, яка найчастіше будується на маніпулятивних техніках та викривленні інформації. Пропаганда завжди має мету або набір цілей. Для досягнення цих цілей пропаганда відбирає факти і представляє їх таким чином, щоб вплив на свідомість був

найбільшим. Задля досягнення своєї мети пропаганда може відкидати деякі важливі факти або спотворювати їх, а також намагатися відвернути увагу аудиторії від інших джерел інформації.

Будь-яке суспільство має свою специфічну свідомість, що представляє собою набір психологічних характеристик і поглядів, притаманних саме цій соціальній групі. Історичні фактори формують суспільні настрої та ідеології, що дає змогу сприймати суспільство як єдине ціле. ЗМІ, використовуючи фіксовані цінності та світогляди різних груп, ефективно маніпулюють їх свідомістю. Маніпулятивні тексти в медіа і пропаганда активно формують громадську думку. Кожна людина, незалежно від того, де вона живе, чим займається чи які має захоплення, так чи інакше піддається впливу пропаганди та маніпуляцій. ЗМІ мають значний вплив на створення необхідних образів і ідеологій у свідомості громадськості. Розвиток інформаційних процесів лише посилює цей вплив, відкриваючи нові можливості для маніпулятивних методів.

Маніпуляція може призвести до спотворення реальності, зміни знань і уявлень. У процесі маніпуляції журналісти часто використовують метафори, щоб вплинути на громадську думку. Наприклад, для створення негативного іміджу політика можна порівняти його з ненажерливою сараною, натякаючи на його корупційні нахили, або, навпаки, для позитивного образу міста використати порівняння з Едемом. Використання метафори в маніпуляціях у масмедіа обмежується лише фантазією журналіста. В цілому, метафора є потужним інструментом маніпулювання свідомістю, оскільки дозволяє нав'язувати суб'єктивні оцінки, створювати потрібні асоціативні зв'язки і зменшувати небажану реакцію аудиторії на певну інформацію. Метафора в медіа може бути виражена через слова, фрази, речення. Разом з лексичними та семантичними повторами, а також інверсіями, метафора є важливим інструментом для формування суб'єктивних оцінок читацької аудиторії в медіа [25, с. 80-83].

1.3. Особливості китайської мови, що впливають на метафору

Метафора є важливим елементом літератури та мови, що надає тексту глибини, виразності та емоційної насиченості. Вона дозволяє авторам передавати ідеї та почуття непрямим способом, збагачуючи зміст і роблячи його більш відчутним для читача. У повсякденному мовленні метафори сприяють ефективнішій та креативнішій комунікації.

Метафори допомагають виразно описувати ситуації та відчуття шляхом порівняння з відомими або конкретними об'єктами. Наприклад, вислів “кам’яне серце” створює образ людини, яка відчувається холодною та безжальною.

Вони також підсилюють емоційне забарвлення мовлення, додаючи експресивності та інтенсивності. Наприклад, в українській мові метафоричний вислів “вогонь гніву” передає силу та загострення почуттів. Використання метафор у літературі та мові допомагає розширити художній задум, посилити виразність тексту та підвищити його естетичну цінність. Метафори роблять мову більш живою та цікавою, дозволяючи читачу краще відчути атмосферу, ситуацію або переживання персонажів.

Сучасні китайські тексти багаті на метафоричні вирази, які не лише красиві у своїй формі, але й мають глибокий культурний контекст та філософське значення. Переклад метафор у китайських текстах є особливо складним завданням, оскільки він стосується різних аспектів, таких як мова, література, культура, політика та суспільство. Дослідження функцій метафори та стратегій її перекладу є важливим для аналізу коннотативної інформації та сприяння культурному обміну між країнами.

Поглиблене вивчення метафори в китайських текстах допоможе не лише краще розуміти китайську мову, а й стане корисним для лінгвістичних досліджень.

Метафора є важливим риторичним засобом у китайських текстах, що має багаті культурні конотації та філософські роздуми. У китайській культурі метафора виступає не лише як мовний прийом, а й як елемент культурного виразу. Вона часто відображає сприйняття і розуміння світу людьми, включаючи концепції анімізму, орієнтації на людину і гармонійного співіснування. Гуманістичний дух і філософські ідеї мають значну роль у передачі інформації, вираженні емоцій і розповіданні історій.

Особливості китайської мови, що впливають на метафору, включають кілька важливих аспектів. По-перше, китайське письмо є ієрогліфічним, що дозволяє кожному знаку не лише позначати слово, але й передавати додаткові значення та асоціації. Це відкриває широкі можливості для створення багатозначних метафор, де один символ може нести кілька різних сенсів одночасно. По-друге, китайська мова є тональною, що означає, що значення слова змінюється залежно від тону, з яким воно вимовляється. Ця особливість також сприяє створенню метафор, в яких різні тони можуть виражати багатогранні емоції або зміст. Далі, китайська мова має схильність до використання конкретних образів для вираження абстрактних понять, що є основою для багатьох метафор. Абстрактні ідеї та емоції часто виражаються через образи природи, тварин чи інших повсякденних явищ, що робить метафори зрозумілими та доступними для розуміння. Крім того, китайська мова славиться мінімалізмом та економією слів, що дозволяє створювати компактні, але глибокі метафори, які передають багато інформації в кількох символах або фразах. Важливою особливістю є також вплив культурних та історичних аспектів на метафори. Китайська мова ґрунтується на багатому культурному та філософському спадку, зокрема на конфуціанських, даоських і буддистських концепціях, що формують унікальні метафори, які відображають ідеї гармонії, природних циклів, балансу та

духовного розвитку. Загалом, китайська мова з її багатофункціональністю символів та здатністю передавати глибокі сенси через метафори відображає складність китайської філософії, культури та сприйняття світу.

РОЗДІЛ 2. ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕТАФОР У КИТАЙСЬКИХ ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

2.1. Типи метафор у китайських медіа

Оскільки метафора є багатогранним явищем і постійно використовується в різних видах комунікації, її вивчення представляє значний науковий інтерес, зокрема і в типологічному аспекті.

Зазвичай метафора має три основні складові:

本体 (běntǐ) – об'єкт, який описується (букв. "основа"). Це може бути явна або прихована ідея, концепція або образ.

喻体 (yùtǐ) – довільний компонент метафори, інтерпретація, який описує, пояснює об'єкт (本体).

比喻词 (bǐyùcí) – метафоричні слова або конструкції, які з'єднують тему метафори з предметом порівняння, допомагаючи виразити метафоричну аналогію.

Вважається, що метафору в китайській мові поділяють на три основні категорії, серед яких:

Явна метафора (明喻, míngyù): де метафоричний зв'язок легко розпізнається. Вона складається з трьох основних частин: 本体, 喻体 та 比喻词.

Приклад явної метафори: “勇猛如虎” “Хоробрий як тигр”.

У китайській мові основний спосіб вираження явної метафори це конструкція "A像 B", тобто “А подібне до B”, де "像" виступає сполучником. Іншими рівнозначними сполучниками є: "如", "若", "似", "好像", "像...似的", "如.....似的", "若.....似的", "像.....一样", "像.....一般", "如.....一般", "若.....一般", "如同", "好比", "犹如", "仿佛", "仿佛.....似的", "宛如", ".....一样", ".....似的" тощо.

Наприклад: “他的眼睛像星星一样闪亮” (Його очі яскраві як зірки). Інші конструкції включають “如” (rú), “若” (ruò), “似” (sì), “好像” (hǎoxiàng) та інші, які також виражають подібність або порівняння.

Прихована метафора (暗喻, ànyù) є типом метафори в китайській мові, де порівняння або перенос виражені менш явно. Цей вид метафори використовується для передачі ідей чи концепцій через символи чи образи, які не є прямими або однозначними. Відмінність прихованої метафори від явних полягає в тому, що читач або слухач має самостійно розпізнати прихований зміст через контекст або аналіз вислову. Зазвичай у таких метафорах використовуються вирази, як “是” (shì – бути), “就是” (jiùshì – саме це), “变成” (biànchéng – стати).

Приклад прихованої метафори: “她是夜明珠，暗夜里，放射出灿烂的光芒。” “Вона – нічна перлина, що в темряві ночі випромінює сліпуче сяйво” (Лей Шу'янь, "Трави співають").

Опосередковане порівняння (借喻, jièyù) є одним із типів метафор, де об'єкт порівняння заміщає основний об'єкт, при цьому жоден із цих термінів не згадується прямо. Така метафора дозволяє описати один об'єкт через інший, не називаючи їх прямо. Вона допомагає створити більш концентроване і глибоке вираження думок, роблячи мову лаконічнішою.

Приклад опосередкованого порівняння: “我似乎打了一个寒噤；我就知道，我们之间已经隔了一层可悲的厚障壁了，我也说不出话”。 "Мені здалося, ніби мене пройняв холод; я знав, що між нами вже виросла жалюгідна товста стіна, і я не міг вимовити ані слова." (Лу Сінь, "Рідне місто"). Тут "товста стіна" використовується як метафора емоційної відстані. Або: “这轮晓日从我们民族历史的地平线上一跃而出，闪射着万道红光，降临到这个世界上”。 "Це вранішнє сонце вистрибнуло з обрію

нашої національної історії, виблискуючи тисячами червоних променів, осяюючи цей світ." (Ян Шо, "На вершині Тайшаня"). "Це вранішнє сонце" використовується як метафора "великої соціалістичної батьківщини". В обох цих прикладах і об'єкт порівняння, і слово-порівняння опущені.

Проте також існують похідні форми метафор від основних категорій явної, прихованої метафори та опосередкованого порівняння. Вони базуються на формі, структурі або стилістичному ефекті.

Гіперболічне порівняння (博喻, bóyù): метафора, що використовує кілька образів або порівнянь з різних точок зору для пояснення основного об'єкта. Вона зазвичай має кілька рівнів тлумачення та створює більш виразне і масштабне уявлення про об'єкт. Використання такого виду метафори може підсилити значення і додати величності.

Пом'якшувальна метафора (约喻, yuē yù): метафора, яка використовує один образ для порівняння з кількома об'єктами. Вона є протилежним способом вираження порівняння до гіперболічного. Функція пом'якшувальної метафори полягає у виділенні спільних рис групи речей, що може зробити текст лаконічним та залишити глибоке враження.

Приклад: “岸边的渔火，江心的灯标，接连地亮起来；连同它们在水面映出的红色光晕，使长江像是眨着眼睛，沉沉欲睡”. “Вогники рибальських човнів на березі та сигнальні маяки посеред річки один за одним спалахують; разом із червоними відблисками у воді вони роблять Янцзи схожою на того, хто кліпає очима, засинаючи”. ("Осінь у Трьох ущелинах"). "Вогні рибальських багать", "маяки" та їхні "ореоли", що відбиваються у воді, з Янцзи, яка кліпає очима, яскраво підкреслюючи спокійну та тиху атмосферу на річці вночі.

Парна метафора (对喻, duì yù): образ порівняння та об'єкт порівняння утворюють симетричну парну форму, фактично поєднуючи метафору та паралельний стиль будови речення, і часто зустрічається у народних піснях або прислів'ях.

Наприклад: “路遥知马力, 日久见人心”. “Дорога покаже силу коня, час покаже серце людини”.

Перевернута метафора (倒喻, dào yù): цей тип метафори полягає в обертанні або вивертанні звичного значення слова чи виразу, показуючи об'єкт під несподіваним кутом або в незвичному контексті.

Приклад: “他的心是一片黑暗的天空” (Його серце – це темне небо). Тут “黑暗的天空” (темне небо) використовується як метафора для показу темряви серця.

Пряма метафора (正喻, zhèng yù): вид метафори що не містить іронії. Таке порівняння є щирим, серйозним і прямим, має оцінювальний або описовий характер, не спрямоване на критику.

Приклад: “总司令那稳健的身躯, 有如一株青松”. “Сильна, стійка постать головнокомандувача – мов сосна”. Образ “сосни” (青松) підкреслює силу, надійність, гідність.

Алегоричне порівняння (讽喻, fèng yù): метафора з насмішкуватим, викривальним або критичним підтекстом. Основна функція – висміяти, викрити чи осудити явища, людей або поведінку через образне порівняння.

Негативна метафора (反喻, fǎn yù): цей тип метафори вказує на протилежність того, що могло б очікуватися від звичного значення слова або виразу.

Приклад: “他的胆量像小鸟一样” (Його відвага як у пташки). Тут “小鸟” (пташка) використовується як метафора для слабкості або несміливості.

Подрібнена метафора (缩喻, suōyù): цей тип метафори використовується для спрощення або скорочення опису об'єкта порівняння, підвищуючи зрозумілість та ефективність мовлення.

Приклад: “她的笑容是阳光” (Її посмішка – це сонце). Тут “阳光” (сонце) використовується як метафора для виразності та яскравості посмішки.

Розширена метафора (扩喻, kuòyù): цей тип метафори використовується для розширення або поглиблення опису об'єкта порівняння, допомагаючи виразити більш повне або складне розуміння об'єкта.

Приклад: “她的心思像一個大海” (Її думки як велике море). Тут “大海” (велике море) використовується як метафора для показу безмежності та глибини її думок.

Метафора з порівнянням (较喻, jiàoyù): Цей тип метафори використовується для порівняння об'єкта з іншими об'єктами, підкреслюючи особливі характеристики або якості.

Приклад: “他的决心如同鋼鐵” (Його рішучість як сталь). Тут “鋼鐵” (сталь) використовується як метафора для показу міцності та стійкості його рішучості.

Двостороння метафора (回喻, huíyù): цей тип метафори передбачає повторне застосування одного або кількох образів у різних частинах тексту для підкреслення певної ідеї або теми, створюючи атмосферу та підсилюючи емоційний вплив.

Приклад: “火苗像你的热情, 你的热情像火苗, 温暖了我们的心。” (Полум'я – як твій ентузіазм, а твій ентузіазм – як полум'я, яке зігріває наші серця).

Непряма метафора (曲喻, qūyù): цей тип метафори використовується для зміни або збільшення значення об'єкта порівняння шляхом надання йому несподіваних або фантазійних рис, створюючи неочікувану або незвичну аналогію.

Приклад: “他的眼睛像星星一樣閃耀，照亮了整個夜晚。” (Його очі сяють, як зірки, освітлюючи всю ніч) [28].

Метафори є важливим засобом виразності в мові, розкриваючи багатогранність людських думок та емоцій. Кожен вид метафори має свої унікальні особливості та ефекти, які допомагають авторам передавати свої ідеї та створювати живі образи у своїх творах. Розуміння та використання цих різноманітних видів метафор дозволяє збагатити мовлення, зробити його більш ефективним та емоційно насиченим.

2.2. Лексичний рівень аналізу

Лексичний рівень аналізу метафор у китайських медіа дозволяє розкрити значення метафор у виразності, тематичної різноманітності, красномовності та інформаційного наповнення тощо. Визначає, яке слово має значення в прямому та переносному значеннях, походження слова та використання у мовленні.

2.2.1. Частотність вживання певних лексичних одиниць у складі метафор

Дослідження частотності використання лексичних одиниць у метафорах китайському медіа дискурсі є важливим аспектом лінгвістичних досліджень, оскільки дозволяє виявити тенденції та особливості мовного вираження. Однак, конкретні статистичні дані про частоту вживання певних лексичних одиниць у метафорах китайських газетних статей у наявних джерелах не були знайдені.

Загалом, метафори в китайських медіа використовуються для підвищення виразності та емоційного впливу на читача. Вони можуть бути класифіковані за різними типами, такими як явні та приховані метафори, опосередковані порівняння, гіперболічні порівняння тощо. Кожен тип метафори має свої особливості використання та частотність вживання в залежності від контексту та жанру публікації.

У китайських газетах та журналах часто використовуються метафори для підкреслення важливих аспектів подій та явищ. Ось декілька прикладів:

疫苗宛如水晶，凝聚了人心的希望 (Yìmiáo wǎnrú shuǐjīng, níngjùle rénxīn de xīwàng) – “Вакцина подібна до кришталю, що уособлює надію людського серця”. Ця метафора підкреслює прозорість, красу та цінність вакцини.

疫苗是盾牌 (Yìmiáo shì dùn pái) – “Вакцина як щит”. Вона символізує захист від вірусу, подібно до того, як щит захищає від ударів.

疫苗是钥匙 (Yìmiáo shì yàoshi) – “Вакцина як ключ”. Ця метафора вказує на те, що вакцинація є ключем до відновлення звичного способу життя та економіки.

新馆英雄(Xīnguǎn yīngxióng) – “Герої COVID-19”. Цей термін використовується для підкреслення самовідданості та мужності медичного персоналу під час боротьби з пандемією.

抗疫战士(Kàngyì zhànshì) – “Борці з епідемією”. Він описує медичних працівників та інших осіб, які активно борються з поширенням вірусу.

病毒防线 (Bìngdú fángxiàn) – “Лінія оборони від вірусу”. Цей вираз описує місця, де проводиться масове тестування або встановлюються контрольні пункти для перевірки наявності симптомів.

战疫情(Zhàn yìqíng) – “Боротьба з епідемією”. Він описує дії та заходи, спрямовані на стримування поширення COVID-19 та зменшення його впливу на суспільство.

后疫情时代(Hòu yìqíng shídài) – “Пост-епідемічна ера”. Цей термін використовується для опису періоду часу, який настає після завершення значної епідемії або пандемії, такої як пандемія COVID-19. Він характеризується змінами в суспільстві, економіці, політиці та культурі, які є наслідками пережитої кризи.

Використання таких метафор у медіа допомагає створити яскраві образи та підкреслити важливість певних аспектів подій, впливаючи на сприйняття та реакцію громадськості [39].

2.2.2. Особливості лексичного наповнення в залежності від тематики статей

У китайських газетно-журнальних виданнях лексичне наповнення статей часто відображає культурні особливості та прагматичні цілі комунікації. Метафори, що використовуються в таких текстах, можуть бути класифіковані за різними ознаками, зокрема залежно від тематики статей.

Політичні статті:

У політичних матеріалах часто застосовуються метафори, що підкреслюють силу, єдність та стабільність.

“中国梦” (Китайська мрія): ця метафора символізує прагнення до національного відродження та процвітання Китаю.

“铁拳” (Залізний кулак): використовується для опису рішучих та жорстких заходів уряду.

Економічні статті:

В економічних текстах метафори часто зображують ринок як живий організм або механізм.

“经济引擎” (Економічний двигун): позначає ключові галузі або фактори, що стимулюють економічний розвиток.

“市场波动” (Ринкові хвилі): описує коливання ринкових цін або тенденцій.

Соціальні статті:

У соціальних матеріалах метафори можуть підкреслювати взаємозв'язок та взаємодію між людьми.

“社会纽带” (Соціальні зв’язки): вказує на зв’язки та взаємодію між членами суспільства.

“心灵桥梁” (Міст сердець): описує емоційний зв’язок між людьми або групами.

Культурні статті:

У культурних матеріалах метафори часто використовуються для передачі глибини та багатства культурної спадщини.

“文化瑰宝” (Культурні скарби): позначає важливі культурні артефакти або традиції.

“艺术之光” (Світло мистецтва): вказує на вплив мистецтва на суспільство.

Загалом, лексичне наповнення китайських газетно-журнальних статей відображає прагматичні цілі комунікації та культурні особливості, використовуючи метафори для підсилення впливу та виразності повідомлення.

2.3. Семантичний рівень аналізу

Семантичний рівень аналізу фокусується на значенні слів, словосполучень, речень і тексту загалом. Він досліджує, як слова взаємодіють між собою в контексті, які смислові відтінки вони мають та які приховані значення передають. Особливе значення має семантика ієрогліфів, адже кожен ієрогліф має не лише конкретне значення, а несе в собі багате історичне та культурне надбання.

2.3.1. Дослідження значення метафор у контексті

У китайських газетних статтях метафори виконують важливу роль у передачі ідей та емоцій. Залежно від їх використання в різних тематичних статтях значення метафори може змінюватись, і тим самим набувати нових смислів для читача.

З точки зору розуміння метафоричного значення, коли аудиторія не має відповідної контекстуальної інформації та попередніх знань, легко виникнути перешкоди в метафоричному розумінні. Отже, щоб цільова аудиторія могла правильно зрозуміти метафоричне значення, необхідно робити відповідні анотації на основі буквального перекладу для досягнення запланованої комунікативної мети метафоричного перекладу [40].

Свій прагматичний підхід до розуміння природи метафори Д. Девідсон аргументує схожістю “метафори” і “обману”. Наприклад, речення “Ця жінка – чаклунка” можна зрозуміти і як обман, і як метафору, без зміни значення слова “чаклунка”. Цьому реченню можна надати і прямого смислу (хоча це й нелегко), якщо хтось хоче обманути співбесідника щодо властивостей жіночого характеру. Але коли речення задумане як метафора, то відбувається зрушення, “зсув” смислу, незалежно від вірування того, хто говорить. Вдалі метафори лише здаються хибними, коли їх термінам помилково надається прямий, дослівний смисл. Важливі у філософському розумінні метафори (наприклад: “мозок є вичислювальна машина”) сприймаються емпатично. При цьому той, хто говорить, зовсім не хоче сказати, що мозок є “інженерною конструкцією”. Філософський контекст використання метафори продукує основу для зовсім іншого набору імплікацій. Метафори лише тоді дають нам пропозиційне знання, коли їх терміни зрозумілі відповідно до “контекстуальних, тобто метафоричних, смислів” [8].

Наприклад: “星星之火，可以燎原” (xīngxīng zhī huǒ, kěyǐ liáoyuán) – “Маленька іскра може спричинити велику пожежу”. Метафора може стосуватися статей соціального дискурсу та бізнесу. Описує ріст ситуації, інциденту, потенціалу у масову проблему що потребує рішення та дій.

“水涨船高” (shuǐ zhǎng chuán gāo) – “Вода піднімається, підіймається і човен”. Використовується в статтях економічної та політичної тематики. Використовується в позитивному значенні зростання, процвітання галузей, тенденцій, рейтингу. Також для опису особистого розвитку в кар’єрі.

“摸着石头过河” (mō zhe shítou guò hé) – “Продвигатись вперед методом спроб і помилок”. Зустрічається в статтях наукового та економічного дискурсу, та описує визначення найбезпечніших шляхів для подальшого руху в економічних реформах, тестування гіпотез, експериментів в науці.

Таким чином, використання метафор у китайських газетних статтях збагачує мову та допомагає читачам краще зрозуміти складність ситуації. Вони також сприяють формуванню позитивного чи негативного ставлення до ситуації в залежності від контексту. Такі метафори виконують важливу роль у формуванні громадської думки та підтримці колективних зусиль у боротьбі з пандемією.

2.3.2. Вплив семантики ієрогліфів на метафоричні конструкції

В китайській мові семантика ієрогліфів має значний вплив на формування метафоричних конструкцій, оскільки кожен ієрогліф не лише позначає конкретне слово, але й несе в собі багатий пласт культурних та філософських значень.

Наприклад, ієрогліф “心” (xīn) означає “серце” і часто використовується в метафорах для позначення емоцій або внутрішніх почуттів.

Вираз “心如刀割” (xīn rú dāo gē) перекладається як “серце облите кров’ю” і вживається для опису глибокого болю або страждання.

Ієрогліф “水” (shuǐ), що означає “вода”, може символізувати гнучкість або адаптивність.

Вираз “水滴石穿” (shuǐ dī shí chuān) означає “крапля води пробиває камінь” і використовується для підкреслення сили постійних зусиль.

Ієрогліф “龙” (lóng) означає “дракон” і є символом сили та величі.

Вираз “龙飞凤舞” (lóng fēi fèng wǔ) перекладається як “взліт дракона і танець фенікса” і описує енергійний та живий стиль письма або малюнка.

Ієрогліф “火” (huǒ) означає “вогонь” і може символізувати пристрасть або агресію.

Вираз “火上加油” (huǒ shàng jiā yóu) означає “додавати масла у вогонь” і використовується для опису ситуації, коли щось погіршується або посилюється.

Ієрогліф “月” (yuè) означає “місяць” і може символізувати красу або спокій.

Вираз “月下老人” (yuè xià lǎo rén) перекладається як “старець під місяцем” і використовується для позначення долі або з’єднання двох людей.

Ієрогліф “山” (shān) означає “гора” і може символізувати стабільність або велич.

Вираз “山高水长” (shān gāo shuǐ cháng) означає “високий, як гора, і довгий, як річка” і використовується для опису глибоких та тривалих почуттів або відносин.

Ієрогліф “花” (huā) означає “квітка” і може символізувати красу або молодість.

Вираз “花好月圆” (huā hǎo yuè yuán) перекладається як “квіти гарні, місяць повний” і використовується для опису гарного краєвиду.

Ієрогліф “金” (jīn) означає “золото” і може символізувати багатство або цінність.

Вираз “金玉满堂” (jīn yù mǎn táng) означає “дім – повна чаша, багатство і розкіш” і використовується для опису багатства та процвітання.

Ієрогліф “风” (fēng) означає “вітер” і може символізувати зміни або швидкість.

Вираз “风雨同舟” (fēng yǔ tóng zhōu) перекладається як “пливти в одному судні в непогоду” і використовується для опису подолання спільних труднощів або випробувань.

Ієрогліф “雪” (xuě) означає “сніг” і може символізувати чистоту або холод.

Вираз “雪中送炭” (xuě zhōng sòng tàn) означає “протягнути руку в скрутний час” і використовується для вираження допомоги в скрутний час.

Ієрогліф “鱼” (yú) означає “риба” і може символізувати багатство або удачу.

Вираз “鱼龙混杂” (yú lóng hùn zá) перекладається як “попадаються і хороші, і погані люди” і використовується для опису різноманіття людей.

Ієрогліф “鸟” (niǎo) означає “птиця” і може символізувати свободу або легкість.

Вираз “鸟语花香” (niǎo yǔ huā xiāng) означає “пташиний спів та квітковий аромат” і використовується для опису прекрасної природи.

Ієрогліф “马” (mǎ) означає “кінь” і може символізувати швидкість або силу.

Вираз “马到成功” (mǎ dào chéng gōng) перекладається як “Бажаю вам досягти миттєвого успіху!” і використовується для вираження побажань швидкого успіху.

Ієрогліф “牛” (niú) означає “корова” і може символізувати працелюбність або силу.

Вираз “牛刀小试” (niú dāo xiǎo shì) означає “витратити сили на дрібниці”, використовується для опису марних дій та потрачених сил.

РОЗДІЛ 3. ПРИКЛАДНА ФУНКЦІЯ МЕТАФОР В КОНТЕКСТІ КИТАЙСЬКИХ ЗМІ

3.1. Вплив метафор на формування суспільної думки. Приклади ефективного використання метафор у китайських медіа.

Метафори в китайських медіа відіграють важливу роль у формуванні суспільної думки, оскільки вони здатні впливати на сприйняття подій та явищ.

Наприклад, цифрова економіка призвела до всебічних змін у Китаї, метафори цього дискурсу підкреслюють значення Китаю у всьому промисловому ланцюжку та в галузі цифрових застосувань у різних напрямках.

Використання метафори “一部手机，全部搞定” (“Все під контролем в одному телефоні”) підкреслює що за допомогою одного мобільного пристрою люди можуть виконувати широкий спектр завдань і отримувати доступ до різноманітних сервісів, значно спрощуючи своє життя.

Інша метафора “流量为王” (“У світі править трафік”) вказує на важливість активних переглядів та уваги з боку користувачів інтернет простору, оскільки це є шлях до успіху у багатьох галузях.

Метафора “网络沙漠” (“Цифрова ізоляція”) використовується для опису місця, де люди мають обмежений доступ до цифрової інформації або цифрових послуг, наприклад, сільські райони, віддалені гірські місцевості. Вона описує різницю між інтернет-покриттям Китаю та західних країн, де Китай має значний прогрес. Завдяки цьому Китай посідає перше місце у світі за показниками онлайн-роздрібної торгівлі, електронної комерції та мобільних платежів.

Вислів “科技战” (“Технологічна війна”) часто використовується у статтях для опису глобального змагання між країнами у сфері високих технологій, наприклад: США та Китаю у галузях мікрочипів, 5G, штучного інтелекту.

“科技共同体” (“Науково-технологічна спільнота”) є концепцією, яка набуває все більшого значення в сучасному світі. Вона описує мережу взаємопов'язаних суб'єктів, включаючи вчених, дослідників, інженерів, підприємців, урядові установи, університети, науково-дослідні інститути та інші організації, які спільно працюють над розвитком науки і технологій та їхнім впровадженням у суспільство.

Вираз “物超人” (“Перевершувати всі очікування”) вказує на виняткову цінність або якість чогось порівняно з його вартістю. Метафора підкреслює прискорені темпи цифрових технологій що інтегруються в усі сфери національної економіки.

Метафора “数字空间” (“Цифровий простір”) використовується для опису віртуального середовища, створеного за допомогою комп'ютерних мереж, Інтернету та цифрових технологій [29].

Термін “智慧城市” буквально перекладається як (“Розумне місто”). Це концепція міського розвитку, яка інтегрує інформаційні та комунікаційні технології (ІКТ) для покращення якості життя, ефективності міських операцій та послуг, а також для забезпечення сталого розвитку.

Така метафора, як “未来种子” (“Насіння майбутнього”) використовується для позначення чогось або когось, що несе в собі великий потенціал та надію на майбутнє. Передові технології, наукові відкриття та інноваційні ідеї можуть розглядатися як "насіння майбутнього", оскільки вони мають потенціал кардинально змінити наше життя та суспільство в майбутньому.

“云开幕” (“Хмарне відкриття”) описує події, відкриття (наприклад, виставки, конференції, фестивалю, спортивного змагання тощо), яка відбувається онлайн або віртуально, з використанням інтернет-технологій та хмарних платформ.

“关键一跃” (“Вирішальний стрибок”) означає важливий, вирішальний крок або стрибок у розвитку, прогресі, вирішенні проблеми або досягненні мети. Це момент, який має велике значення і може призвести до значних змін або результатів.

“大动脉” (“Велика артерія”) дуже часто використовується як метафора для позначення чогось життєво важливого, ключового, основного або стратегічно важливого для системи, організації, регіону, економіки тощо.

Термін “进步部门” (“Відділ прогресу») може використовуватися метафорично для опису групи людей, ініціативи або напрямку діяльності, які активно сприяють розвитку, позитивним змінам або досягненню прогресу в певній сфері.

“互操作” (“Здатність до спільної роботи”). У технічному контексті, особливо в інформаційних технологіях та інженерії, ця метафора описує здатність різних систем, пристроїв, програмних продуктів або компонентів працювати разом ефективно та обмінюватися інформацією.

“单项冠军” (“Однопрофільний чемпіон”) використовується для опису компанії або продукту, яка є лідером на конкретному, вузькоспеціалізованому сегменті ринку в промисловості. Такі компанії або продукти зазвичай вирізняються високою якістю, передовими технологіями та значною часткою ринку у своїй ніші.

Метафора “人才瓶颈” (“Кадрове вузьке місце”) описує ситуації, коли бракує кваліфікованих фахівців, талановитих працівників або лідерів для задоволення потреб організації, галузі, регіону або навіть країни.

Термін “数字普惠” (“Цифрова інклюзивність”) зазначає стратегії, спрямовані на забезпечення рівного та широкого доступу до цифрових технологій та послуг для всіх верств населення, незалежно від їхнього соціально-економічного статусу, географічного розташування, віку, статі, рівня освіти чи фізичних можливостей.

Вислів “掌上市场” (“Ринок на долоні”) використовується для опису мобільних додатків або онлайн-платформ, які дозволяють користувачам здійснювати покупки та продажі товарів і послуг безпосередньо зі своїх смартфонів або інших портативних пристроїв.

“扶智先行” (“Надання можливостей для розвитку інтелекту – першочергово”) підкреслює пріоритетність розвитку інтелектуальних здібностей, освіти та навичок як ключового фактора для подальшого прогресу, подолання труднощів та досягнення сталого розвитку.

“数字丝路” (“Цифровий Шовковий шлях”) є концепцією та ініціативою, спрямованою на розширення та поглиблення співпраці між країнами вздовж історичного Шовкового шляху та за його межами за допомогою цифрових технологій та інфраструктури. Це є цифровим виміром китайської ініціативи “一带一路” (“Один пояс, один шлях”), яка має на меті сприяти економічному зростанню та зв'язку між країнами Євразії, Африки та Близького Сходу.

“虚实结合” (“Поєднання віртуального та реального”) описує підхід або стратегію, яка передбачає інтеграцію віртуальних (цифрових) елементів з фізичним (реальним) світом. Мета такого поєднання полягає у створенні нових можливостей, покращенні досвіду, підвищенні ефективності або розширенні функціональності.

“赢者通吃” (“Переможець отримує все”). Цей термін описує ситуацію, в якій переможець у певній конкуренції або на певному ринку отримує непропорційно велику частку винагород, ресурсів або влади, залишаючи значно менше або нічого для інших учасників.

“数字专制” (“Цифрова диктатура”) описує використання цифрових технологій урядами для контролю, спостереження та маніпулювання населенням з метою зміцнення своєї влади та придушення інакомислення.

Вираз “戴着有色眼镜” (“Дивитися на щось з упередженням”) означає дивитися на щось суб'єктивно, через призму власних переконань, упереджень, емоцій або особистого досвіду, що спотворює об'єктивне сприйняття реальності.

“零和游戏” (“Гра з нульовою сумою”) підкреслює, що загальна сума вигащів та програщів усіх учасників дорівнює нулю. Іншими словами, вигащ однієї сторони обов'язково означає рівноцінну втрату для іншої сторони (або сторін). У грі з нульовою сумою неможливо, щоб усі учасники виграли або програли одночасно.

Таким чином метафори технологічно-економічного дискурсу допомагають читачам дізнаватися останні новини у розвитку технологій та інформувати про стан країни в області конкурентноспроможності у світі. Вони стимулюють громадскість до нових відкриттів та показують перспективи розвитку у країні. Метафори звертають увагу на нагальні питання та їх стан на теперішній час. Також закликають до тісної співпраці між відомствами з управління наукою і технологіями Китаю та інших країн, що є важливим для розвитку Китаєм науково-технічної дипломатії. Метафори тонко підкреслюють досвід взаємопраці з іншими країнами, та акцентують увагу на позитивний або негативний досвід тих чи інших комунікацій. Спонукають до побудови «науково-технічної спільноти» через взаємовигідну співпрацю та приносити користь усьому людству. Цифрова економіка принесла величезну зручність та ефективність у наше життя та роботу, і Китай є однією з передових країн, яка досягла цього принципу.

3.2. Порівняльний аналіз із метафорами в інших культурах. Спільні риси і відмінності

Метафори є важливим елементом мовної системи, відображаючи культурні та філософські особливості суспільства. У китайській та західній культурах спостерігаються як спільні риси, так і відмінності в використанні метафор.

Спільні риси:

Використання природних образів: обидві культури активно використовують образи природи для вираження абстрактних понять. Наприклад, у китайській мові вираз “心如止水” (бути в гармонії з самим собою) означає спокійний розум, тоді як у західних культурах “a calm sea” також символізує спокій.

Військові метафори: використання військових образів для опису конфліктів або боротьби є поширеним у обох культурах. У китайській мові “战斗” (битва) може означати боротьбу з труднощами, а в англійській “battle with challenges” має подібне значення.

Метафори, пов'язані з подорожами: обидві культури використовують образи подорожей для опису життєвого шляху. У китайській мові “人生如旅” (життя, як подорож) відображає цей концепт, а в англійській “life is a journey” має аналогічне значення.

Метафори, пов'язані з їжею: у китайській культурі їжа часто використовується в метафорах для вираження благополуччя, наприклад, “饭后百步走” (після їжі сто кроків) означає підтримку здоров'я. В західних культурах їжа може асоціюватися з комфортом або святкуваннями, як у виразі “comfort food” (їжа для втіхи).

Відмінності:

Філософські основи: китайська філософія, зокрема даосизм, підкреслює гармонію з природою та циклічність життя, що відображається в метафорах. Наприклад, “水滴石穿” (крапля води пробиває камінь) символізує терпіння та

наполегливість. У західній філософії, зокрема в християнстві, акцент на лінійності часу та прогресі, що відображається в метафорах на кшталт “the road to success”.

Використання тваринних образів: у китайській культурі метафори з використанням тварин часто мають позитивний відтінок. Наприклад, “龙马精神” (драконова кінська енергія) означає енергійність та життєву силу. В західних культурах тварини можуть мати різні асоціації; наприклад, “a lone wolf” може символізувати самотність або незалежність.

Використання кольорів: у китайській культурі колір червоний асоціюється з удачею та святкуваннями, що відображається в метафорах на кшталт “红红火火” (червоний та вогняний) для опису процвітання. В західних культурах червоний може асоціюватися з небезпекою або пристрасстю, як у виразі “red alert” (червоний сигнал тривоги) [13, с. 56-59].

Метафори, пов’язані з часом: у китайській культурі час часто сприймається циклічним, що відображається в метафорах на кшталт “四季如春” (чотири пори року, як весна) для опису гармонії. У західних культурах час сприймається лінійно, що прослідковується в метафорах на кшталт “time is money” (час – це гроші).

Метафори, пов’язані з будівництвом: у китайській культурі будівництво часто символізує стабільність та розвиток, наприклад, “打下基础” (закласти основу) означає створення фундаменту для майбутнього. В західних культурах будівництво може асоціюватися з досягненнями, як у виразі “building bridges” (будувати мости) для опису встановлення зв’язків.

Метафори, пов’язані з водою: у китайській культурі вода часто символізує гнучкість та адаптивність, наприклад, “水到渠成” (вода досягне каналу) означає, що все відбудеться своєчасно. В західних культурах вода може асоціюватися з емоціями, як у виразі “a sea of emotions” (море емоцій).

Метафори, пов'язані з музикою: у китайській культурі музика часто асоціюється з гармонією та спокоєм, наприклад, “琴瑟和鸣” (гармонія цінґ та се) означає гармонійні стосунки. В західних культурах музика може символізувати емоційний стан, як у виразі “a symphony of feelings” (симфонія почуттів).

ВИСНОВКИ

У сучасній лінгвістиці метафора розглядається як важливий засіб вираження, що дозволяє переносити значення з однієї сфери на іншу, створюючи нові образи та концепти. Вона є основним інструментом у формуванні мови, що відображає культурні та соціальні особливості суспільства.

У медіатекстах для посилення впливу використовують різні засоби виразності: епітети, метафори, порівняння, риторичні питання, повтори, іронію, антитезу, інверсію, мовну гру та інші. Вони суттєво впливають на адресата, привертають увагу, активізують асоціативне та образне мислення. Водночас ці мовні одиниці мають і другий план – переносне значення, що дозволяє закладати в текст імпліцитний зміст, яким можуть користуватися маніпулятори. Через вплив на аудиторію метафори формують певні уявлення та емоції. Вони можуть підсилювати або змінювати сприйняття подій, осіб чи явищ, що є важливим аспектом у журналістиці та публіцистиці.

Особливості китайської мови, зокрема її ієрогліфічна природа та багатозначність символів, значно впливають на використання метафор. Кожен ієрогліф може мати кілька значень, що дозволяє створювати багатопланові метафоричні конструкції, які відображають глибину та багатство китайської культури. Образи природи, тварин чи інші повсякденні явища використовуються у вираженні абстрактних понять задля більш широкого розуміння ідеї метафори. Китайські метафори можуть бути короткими але глибокими, передавати багато інформації та значень завдяки декільком ієрогліфам.

У китайських газетно-журнальних виданнях спостерігається різноманітність метафор, які можна класифікувати за типами: явні, негативні, непрямі та інші. Кожен тип метафори має свої особливості використання та частотність вживання в

залежності від контексту та жанру публікації. Частотність вживання певних лексичних одиниць у метафорах залежить від тематики статей, таких як: політичні, економічні, соціальні та культурні статті, що свідчить про адаптацію мови до конкретних контекстів.

Лексичний рівень аналізу показує, що вибір метафоричних виразів часто пов'язаний з культурними та соціальними аспектами. Наприклад, використання термінів, пов'язаних з природою або традиційними китайськими уявленнями, може підсилювати емоційний вплив на читача.

Семантичний рівень аналізу виявляє, що значення метафор у контексті може змінюватися залежно від ситуації та намірів автора. Вплив семантики ієрогліфів на метафоричні конструкції полягає в багатозначності та символізмі окремих знаків, що дозволяє створювати глибокі та багатогранні образи.

Використання метафор у китайських медіа має значний вплив на формування суспільної думки. Ефективні метафори можуть стимулювати громадскість до нових відкриттів та показувати перспективи розвитку у країні. Прикладом є використання метафор технологічно-економічного дискурсу, що спонукають до побудови «науково-технічної спільноти» та приносити користь усьому людству.

Порівняльний аналіз метафор у різних культурах виявляє як спільні риси, так і відмінності. У китайській та західній культурах спільні риси спостерігаються у використанні природних образів. Відмінні риси мають метафори з різними філософськими основами. У китайській культурі часто використовуються символи, пов'язані з традиціями що відображає глибину та багатство китайської мови.

Всього, методом суцільної вибірки було проаналізовано близько 200 метафор.

У підсумку, метафори є потужним інструментом у формуванні суспільної думки, особливо в медіа. Розуміння їх використання та впливу на аудиторію є важливим аспектом у вивченні мови та культури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Андріанова Н. С. Концептуальна діада свій–чужий як жанроутворювальний параметр чату. Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Мовознавство. 2014. Т. 22, № 20 (2). С. 3–7. 8. Арістотель. Поетика, пер. з старогр. Б. Тен. Київ: Мистецтво, 1967 139 с.
2. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови. Київ 2005. 1728 с.
3. Вакуленко М. О. Термін і термінологія: основні положення та методи дослідження. Проблеми семантики слова, речення та тексту. 2010. № 25. С. 52–68.
4. Гапонова Л. Є. Роль метафори у формуванні української криміналістичної термінології. Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. 2013. Т. 9, № 1. С. 97–103. URL: <https://doi.org/10.31812/filstd.v9i1.515> (дата звернення: 10.01.2025).
5. Гуменна І. Асоціативно-експресивні засоби англійського масмедійного дискурсу. Наукові записки [Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського]. Серія: філологія (мовознавство). 2014. № 20. С. 172–179.
6. Дрібнюк О. Т. Функції метафори у публіцистичному стилі / О. Т. Дрібнюк // Мова і культура. – 2011. – С. 140-143.
7. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англomовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000-2005 років) : дис. ... канд. філол. наук. Київ, 2006. 229 с.
8. Комаха Л.Г. Метафора «смыслу» в аргументах логічного аналізу: знак – ідея – референт. Мультиверсум. Філософський альманах.–2015. С. 56-64.

9. Кравець Л. В. Динаміка метафори в українській поезії ХХ ст. К.: ВЦ “Академія”, 2012. 416с.
10. Лесин В.М., Пулинець О.С. Словник літературознавчих термінів. К.: Рад. школа, 1982. 486с.
11. Лойко В. В. До питання маніпуляції суспільною свідомістю у політичному дискурсі ЗМІ. ВІСНИК Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2011. № 57. С. 179–181.
12. Лут К. А. Інтеракція візуальних та вербальних метафор у популярному економічному дискурсі. Нова філологія. 2011. № 44. С. 83–86.
13. Навасартян Л. Г. Евфемізм як засіб маніпулятивного впливу у ЗМІ. XXVII Міжнародна науковопрактична конференція студентів, аспірантів та молодих учених “Актуальні проблеми життєдіяльності суспільства”: Матеріали конф., м. Кременчук. Кременчук, 2020. С. 183.
14. Овсієнко А. Метафора в масмедійному дискурсі. Соціум. Документ. Комунікація. 2018. № 6. С. 58–73.
15. Романюха М. В. Основні функції метафори в економічному медіа дискурсі. Мова і засоби масової комунікації. 2012. С. 220–225.
16. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія/Полтава: Довкілля-К, 2011. С. 293.
17. Стрикалова, Т. А., Гудошник, О. В. Вірусна комунікація як засіб поширення конфліктного дискурсу (досвід створення термінологічного покажчика). Масова комунікація у глобальному та національному вимірах. Дніпро: ДНУ імені О. Гончара, 2020. С. 113.
18. Шевлякова Ю. О. Особливості дискурсу Інтернет-ЗМІ (на матеріалі англomовних он-лайн журналів для підлітків). Наукові записки [Національного університету Острозька академія]. Серія: філологічна. 2013. № 38. С. 239–242.

19. Black M. More about metaphor. *Metaphor and thought*, 1993. C. 19–41.
20. Bourdieu P. *On Television and Journalism*. London: Pluto. 1996. 559 c. 3. Keller E. F. Cognitive functions of metaphor in the natural sciences. *Interdisciplinary science reviews*. 2020. T. 45, № 3. C. 249–267.
21. Fauconnier G., Turner M. *Rethinking Metaphor*// *Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*. Cambridge : Cambridge University Press, 2008. P. 53-66.
22. Glucksberg S., Keysar B. Understanding metaphorical comparisons: Beyond similarity // *Psychological Review*. 1997. P. 3-18.
23. Jaynes J. *The Origin of Consciousness in the Breakdown of the Bicameral Mind*. Boston : Houghton Mifflin Co, 1976. 467 p.
24. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago : University of Chicago Press, 1980. 242 p.
25. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. London : University of Chicago Press, 2003. 276 p.
26. Lakoff G., Johnson, M. *Metaphors we live by*. University of Chicago press. 2008. 201 c.
27. Šorm E., Steen G. General image understanding in visual metaphor identification. *ODISEA. Revista de estudios ingleses*. 2018. № 18. C. 113. URL: <https://doi.org/10.25115/odisea.v0i18.1900> (дата звернення: 10.01.2025).
28. <https://baike.baidu.com/item/比喻177147>
29. <https://mp.weixin.qq.com/>
30. <http://www.people.com.cn/>
31. <https://www.beijing.gov.cn/>
32. <https://www.gd.gov.cn/>
33. <http://www.qstheory.cn/>
34. <http://www.news.cn/>

35. <http://cv.china-embassy.gov.cn/>
36. <https://www.caetp.net.cn/>
37. <http://recife.china-consulate.gov.cn/>
38. <https://www.chinathinktanks.org.cn/>
39. 刘曼.(2022) 新媒体语境下国家形象的多模态隐喻研究——以《人民日报》微信公众号疫情防控海报为例. 外语研究.
40. 袁卓喜. 对外政治话语中隐喻的功能及其英译. 上海理工大学学报, 2020, 42(2): 114-119.

ДОДАТКИ

Додаток А

Список метафор політичних статей:

1. 中国梦zhōngguómèng (Китайська мрія)
2. 铁拳tiěquán (Залізний кулак)
3. 一个中国原则yīge zhōngguó yuánzé (Принцип “одного Китаю”)
4. 火上加油huǒshàng jiāyóu (Підливати масло у вогонь)
5. 以旧换新yǐ jiù huàn xīn (Замінювати старий предмет на новий)
6. 虚架子xūjiàzi (Формальність заради вигляду)
7. 空头支票kōngtóu zhīpiào (Пусті обіцянки)
8. 一行一案yīháng yī àn (Одна галузь — один план)
9. 一企一策yī qǐ yī cè (Одна компанія — одна стратегія)
10. 自由王国zìyóu wángguó (Царство свободи)
11. 必然王国bìrán wángguó (Царство неминучого)
12. 轻车壮马qīng chē zhuàng mǎ (Злагодженість і міць)
13. 四维不张, 国乃灭亡sìwéi bù zhāng, guó nǎi mièwáng (Коли чотири чесноти не підтримуються — держава приречена на загибель)
14. 兼容并包, 求同存异jiānróngbìngbāo, qiútóngcúnyì (Шукати спільну мову, зберігаючи розбіжності в думках)
15. 唯我独尊wéiwǒdúzūn (Вважати себе вищим за всіх і все; визнавати тільки себе)
16. 四个意识sì gè yìshí (“чотири свідомості” (політична свідомість, свідомість щодо інтересів цілого, свідомість щодо ядра керівництва і свідомість рівняння на головну лінію партії))
17. 埋头苦干máitóu kǔ gàn (Зануритись в роботу з головою)

- 18.乘势而上chéngshì ér shàng (Ловити момент)
- 19.垫脚石diànjiǎoshí (Трамплін для досягнення цілей)
- 20.组合拳zǔhé quán (Комбінований удар)
- 21.拦路虎lánlùhǔ (Перепона, труднощі)

Додаток Б

Список метафор економічних статей:

1. 经济引擎jīngjì yǐnqíng (Економічний двигун)
2. 市场波动shìchǎng bōdòng (Ринкові хвилі)
3. 经济肌体jīngjì jītǐ (Економічні м'язи)
4. 金融血脉jīnróng xuèmài (Фінансова кров)
5. 银发经济yínfà jīngjì (Срібна економіка)
6. 青春事业qīngchūn shìyè (Діяльність молоді)
7. 朝阳产业zhāoyáng chǎnyè (Перспективна галузь)
8. 矢志不移shǐzhì bù yí (Твердо стояти на своєму)
9. 人造太阳rénzào tàiyáng (Штучне сонце)
10. 披荆斩棘pījīngzhǎnjí (Долаючи перешкоди)
11. 刮目相看guāmùxiāngkàn (Подивитися іншими очима)
12. 跳起来摘桃子tiào qǐlái zhāi táozi (Поставити перед собою не надто високу чи занижену мету)
13. 压舱石yā cāng shí (Стабілізуючий фактор)
14. 产业脊梁chǎnyè jǐliang (Промисловий хребет)
15. 破立并举pò lì bìngjǔ (Руйнується і будується водночас)
16. 强筋健体qiáng jīn jiàn tǐ (Зміцненні м'язів і тіла)
17. 头脑过热tóunǎo guòrè (Інтелектуальне перенавантаження)
18. 牛鼻子niúbízi (Ключ проблеми, головна ланка)
19. 既为一域增光、又为全局添彩jì wéi yī yù zēngguāng, yòu wéi quánjú tiāncǎi (Додавання світла в регіон, а також кольору до всієї ситуації)
20. 灯塔工厂dēngtǎ gōngchǎng (Фабрики-маяки)
21. 一带一路yīdài yīlù (Один пояс – один шлях проєкономічного розвитку)

22. 以旧换新 yǐjiùhuànxīn (Зустрічний продаж)
23. 未雨绸缪 wèi yǔ chóumóu (Завчасно прийняти міри)
24. 钢筋森林 gāngjīn sēnlín (Міські джунглі)
25. 绣花功夫 xiùhuā huā gōngfu (Тонка, філігранна робота)
26. 即买即退 jí mǎi jí tuì (Миттєва покупка — миттєве повернення)
27. 信用白户 xìnyòng báihù (Кредитний білий дім)

Додаток В

Список метафор соціальних статей:

1. 社会纽带 shèhuì niǔdài (Соціальні зв'язки)
2. 心灵桥梁 xīnlíng qiáoliáng (Міст сердець)
3. 共同富裕 gòngtóng fùyù (Суспільне благо)
4. 鱼龙混杂 yúlóng hùnzá (Попадаються і хороші, і погані люди)
5. 月下老人 yuèxiàlǎorén (Старець під місяцем)
6. 山高水长 shāngāo shuǐ cháng (Високий, як гора, і довгий, як річка)
7. 风雨同舟 fēng yǔ tóng zhōu (Пливти в одному судні в непогоду)
8. 雪中送炭 xuě zhōng sòng tàn (Протягнути руку в скрутний час)
9. 压舱石 yā cāng shí (Стабілізуючий фактор)
10. 生根发芽 shēnggēn fāyá (Розвиток і процвітання)
11. 芝麻开花节节高 zhīma kāihuā jié jié gāo (Невпинно зростати)
12. 虽千万人，吾往矣 suī qiān wàn rén, wú wǎng yǐ (Навіть якщо проти мене стануть мільйони — я не відступлю)
13. 九龙治水 jiǔlóng zhìshuǐ (Забагато начальників — хаос у справах)
14. 香饽饽 xiāng bō bo (Фаворит)
15. 众人拾柴火焰高 zhòng rén shí chái huǒyàn gāo (Спільними зусиллями досягають більшого)
16. 触手可及 chù shǒu kě jí (На відстані витягнутої руки)
17. 源头活水 yuántóu huóshuǐ (Джерело енергії та натхнення)
18. 开诚布公 kāichéng bùgōng (З повною щирістю)
19. 以人为本 yǐ rén wéi běn (Людина понад усе)
20. 火眼金睛 huǒyǎn jīnjīng (Пильне око)
21. 累觉不爱 lèi jué bù ài (Немає сил кохати)

22. 马到成功 mǎ dào chéng gōng (Бажаю вам досягти миттєвого успіху!)

23. 牛刀小试 niú dāo xiǎo shì (Витрачати сили на дрібниці)

24. 遇山一起爬 遇沟一起跨 yù shān yìqǐ pá, yù gōu yìqǐ kuà (Зустрівши гору,
піднімаймося разом; зустрівши рів, переступаймо разом)

25. 羊群效应 yángqún xiàoyì (Ефект отари овець)

Додаток Г

Список метафор культурних статей:

1. 文化瑰宝 wénhuà guībǎo (Культурні скарби)
2. 艺术之光 yìshù zhī guāng (Світло мистецтва)
3. 水滴石穿 shuǐdīshíchuān (Крапля води пробиває камінь)
4. 心如刀割 xīn rú dāo gē (Серце облите кров'ю)
5. 龙飞凤舞 lóng fēi fèng wǔ (Взліт дракона і танець фенікса)
6. 金玉满堂 jīn yù mǎn táng (Дім — повна чаша, багатство і розкіш)
7. 讲信修睦 jiǎng xìn xiū mù (довіряти і підтримувати)
8. 添绿生金 tiān lǜ shēng jīn (Озеленення — шлях до добробуту)
9. 平视这个世界 píngshì zhège shìjiè (Дивитися на світ без зверхності й приниження)
10. 借船出海 jiè chuán chūhǎi (Їхати за рахунок інших)
11. 全域皆舞台 quányù jiē wǔtái (Уся територія стає театром дії)
12. 运动无限、气象万千 yùndòng wúxiàn, qìxiàngwànqiān (Динаміка без меж, розмаїття без кінця)
13. 文以载道 wén yǐ zài dào (Література — носій високих ідей)
14. 鸟语花香 niǎo yǔ huā xiāng (Пташиний спів та квітковий аромат)