

Научная статья

УДК 811.581

DOI 10.25205/1818-7919-2025-24-4-66-77

Метафора как средство формирования *гуаньюнъюй* в интернет-коммуникации на китайском языке

Александр Николаевич Сбоев

Дальневосточный федеральный университет
Владивосток, Россия

sboev.an@dvfu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3926-3978>

Аннотация

Анализируются привычные выражения (*гуаньюнъюй*), употребляемые в интернет-коммуникации на китайском языке. Цель работы – изучить модели метафоризации и метафорические концепты при формировании интернет-*гуаньюнъюй*. В качестве материала исследования были выбраны 89 выражений из социальных сетей, микроблогов и видеоплатформ. Исследование проводилось на основе классификации метафор, предложенной А. П. Чудиновым. Результаты исследования показывают, что метафорические концепты, связанные с животными, пищей и телом человека, занимают важное место в китайской культуре. Результаты исследования важны для понимания китайской культуры и языка. Они способствуют налаживанию взаимопонимания между носителями и не носителями китайского языка и могут быть полезны в преподавании китайского языка как иностранного.

Ключевые слова

фразеологизмы, привычные выражения, *гуаньюнъюй*, метафора, интернет-коммуникация

Благодарности

Статья выполнена в рамках международного исследовательского проекта по преподаванию китайского языка Центра языкового образования и сотрудничества при Министерстве образования КНР (22YH27C) и научно-исследовательского проекта «Финансирование фундаментальных научных исследований университетов провинции Хэйлунцзян» (2021-KYYWF-0137)

Для цитирования

Сбоев А. Н. Метафора как средство формирования *гуаньюнъюй* в интернет-коммуникации на китайском языке // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2025. Т. 24, № 4: Востоковедение. С. 66–77. DOI 10.25205/1818-7919-2025-24-4-66-77

Metaphor as a Means of Forming *guanyongyu* in Chinese Internet Communication

Aleksandr N. Sboev

Far Eastern Federal University
Vladivostok, Russian Federation

sboev.an@dvfu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3926-3978>

Abstract

This paper focuses on the study of internet “*guanyongyu*” (common expressions) based on metaphors in Chinese internet communication. The research problem lies in exploring how metaphorical concepts form these expressions and their implications for understanding Chinese culture and language. The objective is to investigate the metaphorization

© Сбоев А. Н., 2025

ISSN 1818-7919

Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2025. Т. 24, № 4: Востоковедение. С. 66–77

Vestnik NSU. Series: History and Philology, 2025, vol. 24, no. 4: Oriental Studies, pp. 66–77

models and various metaphorical concepts in the formation of internet “guanyongyu”. The research materials consist of 89 common expressions collected from social media platforms such as Weibo, Douyin, and Xiaohongshu. The method adopted is the classification of metaphor types proposed by A. P. Chudinov. This classification, which includes natural – form metaphors, artifact – based metaphors, anthropomorphic metaphors, and sociomorphic metaphors, offers a structured framework for dissecting the metaphorical nature of “guanyongyu”. Through this method, the paper analyzes these expressions from the perspectives of different conceptual metaphors. The main findings are as follows: zoomorphic metaphors are a primary means of forming “guanyongyu”, which indicates that Chinese people use it to vividly describe people’s emotions and behaviours. Expressions with “chi” (eat) and gastronomic components reflect the importance of food in Chinese culture. Additionally, expressions related to body parts also occupy a significant proportion, highlighting the special place of the human body in the Chinese worldview. This study makes a substantial contribution to resolving a big research problem, since, decoding these metaphor – based expressions, non – native speakers can gain a better grasp of Chinese cultural connotations and linguistic peculiarities. Moreover, it enriches the academic research on Chinese internet language, filling a gap in the exploration of the intersection between metaphor, language, and culture in the digital age.

Keywords

Idioms, fixed expression, guanyongyu, metaphor, Internet communication

Acknowledgements

This study was funded by the International Chinese Language Education Research Project of the Center for Language Education and Cooperation, Ministry of Education of China (22YH27C); Research Project: Fundamental Research Funding for Universities in Heilongjiang Province (2021-KYYWF-0137)

For citation

Shoev A. N. Metaphor as a Means of Forming *guanyongyu* in Chinese Internet Communication. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2025, vol. 24, no. 4: Oriental Studies, pp. 66–77. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7919-2025-24-4-66-77

Сегодня новая социальная реальность, также известная как виртуальное пространство или Интернет, занимает значимую часть жизни современного человека. Интернет – это относительно новое средство массовой коммуникации, характеризующееся отсутствием организационного контроля, высокой скоростью распространения информации и интерактивностью общения. Лингвистика уделяет особое внимание изучению языковых особенностей интернет-общения, так как посредством его в языке появляется новый стиль, который имеет признаки уникальности и оказывает большое влияние на речь социума.

Метафора является распространенным тропом, использующимся при формировании привычных выражений (*гуаньюньюй*). Из-за неоднозначности данный вид тропа привлекает особое внимание лингвистов, так как, с одной стороны, метафора является отклонением от языковой нормы, а с другой стороны, она украшает речь. Подробное изучение метафоры в формировании *гуаньюньюй* в китайской интернет-коммуникации дает представление о специфике мировоззрения и системе ценностей современных китайцев, что и объясняет актуальность выбранной темы. Кроме того, исследование актуально и с точки зрения преподавания китайского языка как иностранного, так как позволяет не носителям китайского языка не только пополнить словарный запас, но и понять некоторые особенности культуры китайцев.

Объектом исследования являются интернет-*гуаньюньюй*, построенные на метафоре. Предметом исследования являются метафорические концепты, формирующие *гуаньюньюй* в китайской интернет-коммуникации. Цель данной работы состоит в исследовании моделей метафоризации и изучении различных метафорических концептов в формировании интернет-*гуаньюньюй*. Под интернет-*гуаньюньюй* в данной работе понимаются привычные выражения, созданные и применяемые пользователями Интернета в процессе сетевого общения. Материалом исследования послужили 89 привычных выражений, встречающиеся в комментариях и постах пользователей таких социальных сетей, микроблогов и видеоплатформ, как вэйбо (微博), доуинь (抖音), сяохуншу (小红书), юку (优酷), билибили (哔哩哔哩) и куайшоу (快手).

В 1961 г. Ма Гофань ввел в китайское языкознание термин «гуаньюньюй», который стал использоваться для обозначения устойчивых, обычно трехсложных словосочетаний [Ма Го-

фань, 1982, с. 179], например: 掉书袋 *diàoshūdài* ‘ронять мешки с книгами’ (блистать своей начитанностью).

В 80-е гг. прошлого века китайские лингвисты стали принимать *гуаньюньюй* за самостоятельный разряд фразеологических единиц, но, тем не менее, противоречия в определении данной категории фразеологизмов продолжались. Большинство китайских лингвистов к категории *гуаньюньюй* относят трехсложные глагольно-объектные сочетания, употребляющиеся как в прямом, так и в переносном смысле. Привычные выражения, состоящие из большого числа компонентов, являются редкостью. Некоторые ученые полагают, что *гуаньюньюй* преимущественно четырехсловный, а трехсловные сочетания они относят к отдельной категории трехсложных слов. Известный китайский лингвист Вэнь Дуаньчжэн полагает, что недостаточная изученность проблемы является причиной наличия таких отличающихся друг от друга точек зрения. Он считает, что *гуаньюньюй* является самостоятельным разрядом фразеологизмов [Вэнь Дуаньчжэн, 2005, с. 25]. Некоторые ученые считают, что *гуаньюньюй* является разновидностью поговорок [Кожевников, 2022, с. 71]. Заметим, что ряд трудностей для исследователей при разграничении сверхсловных единиц в китайском языке представляет размытость границы терминов, номинирующих их [Красикова, 2024, с. 111]. Е. А. Красикова отмечает, что «основания для классификации фразеологических единиц в первую очередь зависят от структуры языка, а также от того материала, который классифицирует исследователь» [Там же, с. 105].

Гуаньюньюй представляет тип устойчивого словосочетания, воспроизводимого в готовом виде, которое утратило свое прямое значение и обрело переносно-образное. Некоторые из обнаруженных в древних источниках привычные выражения в настоящее время активно используются в речи китайцев без изменения первоначального вида, например: 登龙门 *dēnglóngmén* ‘взойти на драконовые ворота’ (получить престижную должность с помощью влиятельных лиц; стать знаменитым).

Проблема возникновения *гуаньюньюй* является одной из самых актуальных проблем китайской фразеологии, при этом установить время их появления невозможно.

Согласно статистике, приводимой в статье «Исследование современных китайских *гуаньюньюй* и преподавание китайских *гуаньюньюй* иностранцам», около 80 % взрослого населения Китая употребляют в речи *гуаньюньюй* [У Цюн, 2016, с. 192]. В работе «Исследование семантики китайских *гуаньюньюй*» отмечается, что *гуаньюньюй* носят в основном пейоративный характер и отражают недовольство людей по отношению к событиям, происходившим в обществе, но при этом уничижительная форма не произносится напрямую – в китайском менталитете не принято показывать злость или недовольство открыто. Например, 唱高调 *chàng gāodiào* ‘петь высокую мелодию’ (заниматься краснобайством; бросаться громкими фразами); 拍马屁 *pāimǎpì* ‘хлопать коня по крупу’ (подхалимничать; льстить).

Как и любая другая устаревшая лексика, используемые в древних текстах привычные выражения постепенно выходят из употребления, так как с развитием общества они не могут отражать новые социальные явления, но в то же время появляются и новые *гуаньюньюй*. Например, выражение 蒜你狠 *suànnǐhěn* ‘чеснок, ты жесток’ стало популярным в интернет-среде после того, как в 2010 г. цены на чеснок резко увеличились (более чем в 100 раз) и по стоимости превысили цены на мясо и яйца. Данный *гуаньюньюй* являлся выражением-насмешкой в ответ на новости о повышении цен на чеснок. Стоит отметить, что сегодня китайские пользователи социальных сетей практически не используют данное выражение, так как ситуация с чесноком больше не является актуальной.

Известно, что информация, расположенная на китайских веб-страницах, цензурируется властями страны для того, чтобы подавлять критику правительства и обеспечивать контроль над населением Республики. В связи с этим существуют специальные привычные выражения для обмана цензоров, позволяющие пользователям сети открыто выражать мнение относительно различных политических тем. В качестве примера приведем выражение 擦边球

cābiānqiú ‘коснувшийся края мяч’, которое в настольном теннисе имеет значение «крайний мяч / касательный мяч». В Интернете данное выражение используется для описания действий человека или какой-либо организации, которые технически законны, но на деле не вызывают уважения у общественности. Данное выражение также означает избегание острых моментов или проблемных ситуаций во время разговора, кроме того, оно может использоваться в отношении тех, кто полагается только на удачу для достижения успеха.

Одними из главных источников появления новых *гуаньюньюй* в интернет-коммуникации являются ситуации, которые вызвали широкий резонанс в интернет-сообществе. На их основе пользователи сети и создают привычные выражения. Например, выражение 躲猫猫 *duǒmāomāo* имеет значение ‘играть в жмурки’. Оно стало популярно среди пользователей Интернета после внезапной смерти молодого мужчины в полицейском следственном изоляторе провинции Юньнань в феврале 2009 г. Полиция сообщила, что причиной смерти стала травма головы, которая была получена во время игры в жмурки с сокамерниками. После того как об этом инциденте стало известно, общественность усомнилась в правдивости данного объяснения, так как людям тяжело было представить взрослых мужчин, играющих в изоляторе в детскую игру, которая еще и убила одного из них. Выражение тут же стало популярным в Интернете и стало обозначать случаи «странной» гибели людей, содержащихся под стражей.

Из приведенных выше примеров мы можем увидеть, что *гуаньюньюй*, используемые в Интернете, имеют широкий диапазон эмоциональной окраски – от преимущественно уничижительной до ироничной. *Гуаньюньюй* являются отражением истории Китая и жизни китайского народа, благодаря чему мы имеем возможность отследить определенные события, их развитие и реакцию людей на них. Привычные выражения являются важной частью коммуникации большинства китайцев, так как благодаря краткой форме, но емкому содержанию говорящий может в полной мере передать свои чувства и эмоции.

Метафора – (от греч. *metaphora* – перенос) – вид тропа: переносное значение слова, основанное на уподоблении одного предмета или явления другому¹.

Метафора – это сложное явление, которое онтологически связано с человеком, оно пронизывает язык и культуру и отражает связь между мышлением и особенностями языковой реализации. Метафорические приемы позволяют сделать описание объектов ярким и наглядным, а также вызывают ассоциации и «включают» воображение, что придает им большую выразительность [Чжан Сюэмэй, 2022, с. 19]. Метафора является стилистическим средством для создания эффектных образов, способом воздействия на оппонента, средством познания действительности, а также способом передачи «картины мира» народа. А. Зибин и О. А. Солопова отмечают, что в разных языках, культурах и дискурсах метафора обладает специфическими чертами, так как зависит от «особенностей опыта взаимодействия того или иного сообщества, проживающего в определенных географических и социальных условиях, с физическими объектами окружающего мира» [Зибин, Солопова, 2024, с. 19].

Ученые не рассматривают метафору только как стилистическую фигуру или троп. «Она пронизывает концептуальную концепцию человека, существуя не только и даже не столько в области языка, сколько в области мысли и действия» [Кубрякова, 1992, с. 34]. В отличие от традиционного «лингвистического» понимания метафоры, когнитивная метафора является универсальным свойством мышления. По мнению Дж. Лакоффа и М. Джонсона, она не принадлежит только сфере языка и может быть выражена вербально и невербально. Метафора представляет процесс, происходящий на уровне человеческого мышления и впоследствии отражающийся в языковых структурах. Лакофф и Джонсон описывают когнитивную метафору как взаимодействие двух доменов: домена-источника и домена-цели. В когнитивной лингвистике концептуальная метафора означает пересечение знаний об одной концептуальной области в другой концептуальной области.

¹ Словарь литературоведческих терминов. URL: <https://slovar.cc/lit/term/2145211.html> (дата обращения 05.06.2022).

Китайский лингвист Ван Цзиньань отметил, что образование слов на основе метафоры является одним из распространенных способов создания слов среди пользователей Интернета и важным методом обогащения сетевого сленга [Ван Цзиньань, Хэ Хайцзюй, 2024, с. 85]. Отметим, что популярные интернет-выражения, созданные с помощью метафоры, в основном воспринимаются только в контексте их нового значения [Лю Хуэй, Лю Цзыхуэй, 2019, с. 79]. Для того чтобы подробнее исследовать модели метафоризации современных *гуаньюньюй*, мы рассмотрим популярные в Интернете привычные выражения с точки зрения разных видов концептуальной метафоры, сущность которой «состоит в осмыслении и переживании явлений одного рода в терминах явлений другого рода» [Лакофф, Джонсон, 1990, с. 389].

Хотя вариативность системы концептуальных метафор определяется социальными, историческими и этнокультурными факторами [Зибин, Солопова, 2024, с. 20], в данной работе мы рассматривали привычные выражения на основе классификации, предложенной отечественным лингвистом А. П. Чудиновым, который выделил четыре вида метафоры [Чудинов, 2013, с. 35–36].

1. Природоморфная метафора – метафора, для построения которой используются явления природы (в том числе животные, растения, вода и всё, что не создано руками человека).

吃土 *chī tǔ* ‘есть землю’ – часто встречающееся в Интернете выражение, используемое для того, чтобы в шуточной или саркастической форме указать на отсутствие денег. Данный *гуаньюньюй* приобрел популярность в 2015 г. во время глобальной ежегодной распродажи «11.11». После того как люди потратили большое количество денег на шопинг, они писали, что у них больше нет средств и теперь как минимум до зарплаты им придется питаться землей.

Выражение 泼冷水 *pō lěngshuǐ* ‘облить холодной водой’ обладает уничижительным оттенком и означает ‘гасить энтузиазм’; ‘охладить пыл’; ‘разочаровать’. Когда один человек испытывает сильное желание поделиться историей или рассказать какую-нибудь идею, а другой человек не проявляет никакого интереса и не участвует в беседе, разочарование может быть таким же неприятным, как если вылить ведро холодной воды на голову.

Природоморфную метафору можно разделить на зооморфную и фитоморфную. **Зооморфная метафора** рассматривается как результат метафорического переноса, при котором свойства животного приписываются человеку, а поведение человека уподобляется поведению животного.

Зооморфная метафора бывает двух типов:

1) номинативная метафора, которая состоит в замене одного значения другим. Данный вид метафоры не характеризует человека;

2) образная метафора появляется в результате перехода определяющего значения в предикатное. В семантике образных метафор преобладает эмоционально-оценочный признак, а по своей структуре они являются синтаксически обусловленными.

Метафоры с использованием животных помогают четко и ярко описывать людей, их эмоции и поведение в той или иной ситуации. Зооморфизмы распространены во многих языках. Однако в различных странах через образы животных могут характеризоваться разные, порой противоположные качества человека. Н. В. Солнцева отмечала: «Всякое животное имеет специфические черты, повадки, которые человек не может не заметить или которые он изучил в долгом процессе общения с животными. В этом случае один народ найдет эти черты и повадки привлекательными, другой неприятными» [Солнцева, 2004, с. 60]. Именно поэтому понимание символического значения животных в конкретной культуре помогает лучше узнать менталитет и языковую традицию народа. В современных привычных выражениях в качестве метафор чаще всего можно встретить разных представителей животного мира, таких как собака, кошка, свинья и т. д.

Собака в китайской культуре считается символом верности и преданности, но в китайском интернет-сленге данный символизм часто умаляется и используется в других значениях:

单身狗 *dānshēngǒu* (досл. 'одинокая собака') используют одинокие интернет-пользователи, чтобы в саркастической форме обозначить, что у них нет романтических отношений: 我是单身狗 快乐且自由 *wǒ shì dānshēn gǒu kuàilè qiě zìyóu* 'Я одинокая собака, счастливая и свободная'. В последнее время также используется для обращения к другим людям в несколько уничижительном смысле.

撒狗粮 *sā gǒuliáng* 'кидать собачий корм' означает 'публично показывать отношения / чувства со второй половинкой'. Данное интернет-выражение связано с гуаньюньюй 单身狗 *dānshēngǒu* 'одинокая собака': «Кидать собачий корм» значит 'демонстрировать чувства перед «одиноким собакой»».

В Интернете можно встретить выражение 虐狗 *niègǒu* 'мучить собаку', которое также означает 'выставлять романтические отношения напоказ перед «одиноким собакой»', тем самым причиняя этому человеку душевную боль.

吃狗粮 *chī gǒuliáng* 'есть собачий корм' также связано с «одиноким собакой» и имеет значение 'глазеть на обнимающиеся парочки и завидовать им'.

Выражение 钓鱼 *diào yú* 'удить рыбу' помимо прямого значения также означает 'обольщать кого-то'; 'засыпать (на учебе или работе)'. Но в Интернете чаще всего означает привлечение людей к различным постам на форумах при помощи громких заголовков. Кто-то также может написать пост на серьезную тему, но специально допустить в нем какие-либо ошибки, чтобы люди указывали на эти ошибки в комментариях, тем самым создавая активность под постом, т. е. 钓鱼 означает 'одурачивать людей при помощи «приманки»».

吃鸡 *chī jī* 'есть курицу' означает 'занять первое место'. Выражение пришло из компьютерной игры «PlayerUnknown's Battlegrounds», в которой в случае первого места высвечивается фраза 大吉大利, 晚上吃鸡, которая является калькой с английского «Winner winner, chicken dinner».

Далее рассмотрим **фитоморфную метафору**, основанную на сравнении с растениями. В фитоморфных метафорах используются названия растений, их свойства, части, урожай, действия, совершаемые над растениями, и другие слова, относящиеся к флоре. Т. С. Вершинина отмечает, что «...для фитоморфной метафоры (в отличие от зооморфной) в целом нехарактерна негативная эмоциональная оценка» [Вершинина, 2002, с. 14].

Одним из примеров фитоморфной метафоры является популярный в Интернете гуаньюньюй 吃瓜 *chīguā* 'есть арбуз' (наблюдать со стороны). Во время интервью пожилой мужчина на один из вопросов репортера он ответил: «Я ничего не знаю, в то время я ел арбуз». Позже один из пользователей сети оставил в комментариях под новостным выпуском следующий текст: «我只是个不明真相的吃瓜群众» («Я всего лишь обычный человек, который ест арбуз и не знает правды»), после чего выражение 吃瓜 стало популярным. Данный гуаньюньюй используется по отношению к людям, которые не высказывают своего мнения о той или иной теме и только наблюдают за дискуссией со стороны.

Выражение 干饭人 *gānfàn rén* 'человек – отварной рис' пользователи сети употребляют в значении «обжора; любитель поесть». Данное выражение появилось благодаря блогеру, который снимал видеоролики в социальной сети 抖音 *dǒuyīn*. Мужчина часто появлялся в кадре, держа в руках миску с отварным рисом, при этом он произносил фразу «干饭了, 干饭了» («Пора есть рис, пора есть рис»). Во время съемки очередного такого видео он, сидя на корточках, решил показать тарелку на камеру, а в этот момент его домашняя курица попыталась выхватить кусочек мяса из его миски. Когда мужчина заметил это, он решил отогнать курицу ногой, но потерял равновесие и упал назад. Видео быстро стало популярным, а в китайской интернет-лексике появилось новое выражение ².

² Цзиньжи жэгэн. Цзуйцзинь хэньхо дэ «ганьфаньжэнь» шиша? [今日热梗. 最近很火的“干饭人”是啥?]. Сегоднешний популярный мем. Что значит популярное сейчас выражение «ганьфаньжэнь» (干饭人)? URL: <https://>

Гуаньюньюй 种草 *zhòngcǎo* ‘сеять траву’ означает ‘рекомендовать товар’. Выражение относится к эффекту, когда кто-то видит какую-то классную вещь в рекламе или у блогера и хочет ее приобрести. Размещение видео с рекламой продукта в социальных сетях называется «сеяние травы», а человек, который публикует данное видео и распространяет его, – «сеятель».

2. Артефактная метафора – метафора, построенная на ассоциации с вещами, созданными руками человека.

Примерами артефактных метафор являются такие выражения, как 拍砖 *pāizhuān* ‘бросать кирпичи’, что означает ‘критиковать’ или ‘сделать резкое замечание’. Оно обычно используется для описания ситуации, когда люди в дискуссии или общении на интернет-платформах высказывают резкие, критические комментарии или возражения по отношению к чьему-то мнению, идее или предложению. Эти комментарии могут быть довольно прямолинейными и даже жесткими, подобно тому, как кто-то бросает кирпичи, поэтому данное выражение и приобрело такое название.

吃货 *chīhuò* ‘есть товар’ имеет значение ‘человек, который любит поесть; гурман’. В общеупотребительном языке выражение относится к людям, которые действительно разбираются в еде, знают, как ее правильно оценить и описать вкус. В Интернете данным выражением принято называть только красивых девушек, которые едят на камеру и тем самым вызывают у пользователей повышенный аппетит.

В интернет-пространстве выражение 领盒饭 *lǐng héfàn* ‘получить еду в контейнере’ означает ‘смерть персонажа в сериале или фильме’. Когда главный герой фильма или сериала по сюжету умирает, актер, играющий его, как правило, завершает работу в этом проекте и, после того как он получит положенный обед в контейнере, покидает съемочную площадку. Впоследствии выражение стало также означать уход из проекта или увольнение.

3. Антропоморфная метафора – метафора, в основе которой лежит человек.

Например, гуаньюньюй 烧脑 *shāonǎo* ‘жечь мозги’ относится к людям, которые очень много учатся или слишком много думают. Выражение является юмористическим и основано на сходстве с работой электроприборов: если напряжение тока слишком высокое, электрические приборы сгорают, так же «горит» мозг, если его долго напрягать, что впоследствии приводит к переутомлению и снижению работоспособности.

Выражение 吐血 *tùxiě* ‘тошнить кровью’ обозначает тоску, безнадёгу или раздражение. Например, если человек прочитал или узнал какую-то информацию, которая вызвала у него сильную ярость, то он может очень разозлиться и даже испытать трудности с контролем эмоций. В таком случае он описывает состояние, как «легкие разрываются, и тошнит кровью от гнева».

Некоторые ученые выделяют еще один вид концептуальной метафоры – **телесную метафору**, которая представляет собой «установление нового смыслового соответствия по каким-либо определенным признакам между двумя различными содержаниями, хотя бы одно из которых представлено в телесном выражении» [Баскаков, 2006, с. 172]. Человеческое тело определяется как один из самых типичных метафорических источников [Chudinov, Shustrova, 2024, p. 198].

Выражение 辣眼睛 *làyǎnjīng* ‘жжет глаза’ относится к поведению человека, фото или видео, которые вызывают неприязнь или отвращение, будто в глаза попал перец и жжет глаза. Данное выражение стало популярным после того, как китайский блогер Лю Цзычэнь, который стал известен благодаря любви к пластическим операциям, выложил в микроблоге несколько непристойных коротких видео с девушкой. Пользователи сети были шокированы содержанием данных видео и стали писать в комментариях о том, что им жжет глаза и их

www.bilibili.com/video/av797871805/?spm_id_from=333.788.player.player_end_recommend_autoplay (на кит. яз.) (дата обращения 21.12.2022).

нужно срочно промыть водой. Таким образом *гуаньюньюй* 辣眼睛 стал популярным интернет-выражением для описания какого-либо неприятного зрелища.

抱大腿 *bàodàtǔ* ‘обнимать бедра’ – образное выражение, означающее ‘цепляться за влиятельных лиц, чтобы достичь целей’. Данный *гуаньюньюй* можно встретить в комментариях к постам, связанным с шоу-бизнесом. Его используют в уничижительной форме по отношению к новым артистам, которые полагаются на опытных и известных исполнителей, чтобы как можно быстрее добиться успеха и завоевать популярность.

Выражение 剁手 *duòshǒu* ‘отрубить руки’ относится к людям, зависимым от онлайн-покупок. Они постоянно тратят деньги на ненужные им товары и ничего не могут с этим сделать. И остановиться они смогут, только если им «отрубить руки».

卖肾 *màishèn* ‘продавать почку’ – шутливое выражение, означающее, что человек готов на что угодно ради покупки (на вырученные деньги от продажи органа) какой-то очень дорогой вещи. Словосочетание связано с реальными случаями, когда китайцы продавали свои органы за новую модель техники компании «Apple».

4. Социоморфная метафора – метафора, связанная с общественной жизнью и происходящими в ней событиями. Частью такой метафоры являются милитарная метафора, спортивная метафора, театральная метафора и т. д. Среди найденных нами в Интернете *гуаньюньюй* мы можем выделить выражения, относящиеся к **милитарной метафоре**. Милитарная, или военная, метафора содержит в составе слова, связанные с военными действиями, названиями оружия и т. д.

Например, 排雷 *páiléi* ‘обезвредить мину’ – *гуаньюньюй*, который в Интернете означает фильтрацию информации на различных сайтах, позволяющую другим людям «не наступать на мины», т. е. не попадаться на веб-сайты с сомнительным контентом. Выражение построено на аналогии с реальным процессом обезвреживания наземных мин, результат которого помогает сохранить жизни людей.

Гуаньюньюй 爆雷 *bàoléi* ‘взрывать мину’ означает ‘преждевременно раскрывать основную сюжетную линию’, например, фильма или книги. Выражение произошло от слова 雷文 *léiwén* ‘минная статья’, т. е. статья, раскрывающая весь сюжет художественного произведения (фильма, романа, театральной пьесы и т. д.). Название связано с тем, что такого рода статьи подобны наземным минам: невозможно понять, о чем будет текст, пока не прочитаешь его и случайно не узнаешь сюжет произведения, которое ты только собирался посмотреть или прочесть.

Первоначально интернет-выражение 破防 *pòfáng* ‘прорыв обороны’ означало ‘прорыв обороны противника в онлайн-игре’, в результате чего соперник теряет возможности для защиты. Сегодня *гуаньюньюй* расширил значение и обозначает человека, который испытывает эмоциональное потрясение от какой-либо увиденной информации, и его психологическая защита оказывается сломленной. В Интернете можно встретить *гуаньюньюй*, которые не подходят ни под одну выделенную выше категорию концептуальной метафоры, но они также нередко употребляются пользователями сети.

Выражение 卖萌 *màiméng* ‘продавать очарование’ (намеренно пытаться быть милым). Слово «萌» произошло от японского слова «Моэ», которое обозначает чрезмерно обаятельную героиню японского аниме и употребляется китайскими пользователями сети в значении ‘мило; милый’. В Интернете выражение 卖萌 обычно употребляется в двух значениях: 1. Нарочно притворяться милым, чтобы произвести впечатление на других. 2. В негативном смысле «привлекать внимание; устраивать шоу».

Выражение 躺平 *tǎngpíng* ‘лежать плашмя’ – интернет-выражение, относящиеся к желанию многих молодых людей в Китае отказаться от тяжелой работы, не работать сверхурочно, не стремиться к каким-либо высоким достижениям, а просто «лежать» и жить спокойной, размеренной жизнью. Как-то один пользователь сети опубликовал пост на форуме «Байду», где рассказал о своей философии жизни 躺平 [Морозова, Золотарева, 2024, с.12]. Этот пост

быстро стал популярным в Интернете и вызвал широкую дискуссию о том, должна ли современная молодежь следовать данному стилю жизни.

Выражение 吃青春饭 *chī qīngchūn fàn* ‘питаться молодежной едой’ относится к молодым людям, которые стараются максимально использовать молодость при выборе работы. Они полагаются на юношеское обаяние, чтобы построить успешную карьеру. Фраза 青春饭 имеет значение ‘работа для молодежи’ и относится к тем видам деятельности, где предъявляют высокие требования к возрасту, внешности и телосложению кандидатов, как, например, моделинг, актерство, обслуживание на борту самолета и т. д.

Выражение 摆烂 *bǎilàn* ‘опустить руки’ означает ‘позволить вещам, которые и так находятся в плохом положении, продолжать развиваться в этом направлении’. Как отмечают В. С. Морозова и А. А. Золотарева: «феномен 摆烂 («опустить руки») – закономерное продолжение общей пессимистической тенденции китайской молодежи» [Там же]. Данное выражение относится к людям, которые не хотят стараться изо всех сил, а предпочитают ничего не делать и позволить всему идти своим чередом, даже если результаты могут быть плохими и навредить другим людям. Это интернет-выражение часто используют по отношению к игрокам онлайн-игр, которые, зная, что их соперник очень сильный или их товарищи по команде слишком слабые, перестают бороться за победу, а играют просто так.

Исследовав интернет-гуаньюньюй, созданные с помощью метафоры, мы пришли к следующим выводам.

1. Зооморфная метафора является основным способом формирования привычных выражений. Исходя из этого, мы можем сделать вывод о том, что китайцы используют зооморфную метафору как наиболее точный и яркий способ описать людей, их эмоции и поведение в различных жизненных ситуациях.

2. Образование гуаньюньюй с глаголом 吃 *chī* ‘есть’, а также с гастрономическими компонентами наглядно демонстрирует особенность китайской культуры, в которой еда занимает очень важное место.

3. Группа гуаньюньюй, в составе которых содержатся названия частей тела или органов, является второй по количеству входящих в нее выражений, что также отражает особенность китайской картины мира, где человеческому организму отводится особое место. Знание того, с чем животное, растение, часть тела и т. д. ассоциируется у китайцев, позволяет понимать переносно-образное значение используемых гуаньюньюй, таким образом может быть налажено взаимопонимание в рамках коммуникации между носителем и не носителем языка.

Список литературы

- Баскаков В. Ю.** Российская телесно-ориентированная психотерапия в лицах. М.: Ин-т общегуманитарных исследований, 2006. 208 с.
- Вершинина Т. С.** Зооморфная, фитоморфная и антропоморфная метафора в современном политическом дискурсе: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2002. 24 с.
- Зибин А., Солопова О. А.** Метафора в языке, культуре и дискурсе: исследовательская повестка дня // Russian Journal of Linguistics. 2024. Т. 28, № 1. С. 7–32.
- Кожевников И. Р.** Привычные выражения (гуаньюньюй) в современном китайском языке: Дис. ... канд. филол. наук. М., 2002. 223 с.
- Красикова Е. А.** Основания классификации фразеологизмов в китайском, английском и русском языках // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкознание. 2024. № 2. С. 103–115.
- Кубрякова Е. С.** Проблемы представления знаний в современной науке и роль лингвистики в решении этих проблем // Язык и структуры представления знаний. М.: ИНИОН РАН, 1992. С. 2–38.
- Лакофф Дж., Джонсон М.** Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990. С. 387–415.

- Морозова В. С., Золотарева А. А.** Интернет-феномены 平躺 («лежать плашмя») и 摆烂 («опустить руки») как отражение современных ценностей китайской молодежи // Современная Азия: политика, экономика, общество. 2024. № 1. С. 9–24.
- Солнцева Н. В.** Сопоставительный анализ зоонимов русского, французского и немецкого языков в этносемантическом аспекте: Дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2004. 221 с.
- Чудинов А. П.** Очерки по современной политической метафорологии. Екатеринбург: УрГПУ, 2013. 176 с.
- Chudinov A. P., Shustrova E. V.** Modern metaphor research in Russia: Trends, schools and results // Russian Journal of Linguistics. 2024. No. 28 (1). P. 190–209.
- Ван Цзиньань, Хэ Хайцзюй.** Цун «го» дэ тунсуцзу ванло люсинюй кань ци цзаоцы цзаюй цзичжи [从“锅”的同素族网络流行语看其造词造语机制]. Исследование механизма образования популярных в интернете слов и выражений с компонентом 锅 // Хайся жэнь-вэньсюэ кань. 2024. № 4 (02). С. 82–90, 158. (на кит. яз.)
- Вэнь Дуаньчжэн.** Суюй яньцзю юй таньсо: суюй дэ синчжи, фаньвэй хэ фэньлэй [温端政。俗语研究与探索: 俗语的性质、范围和分类]. Народные речения: их природа, употребление и классификация. Шанхай: Шанхай сышу чубаньшэ, 2005. 229 с. (на кит. яз.)
- Лю Хуэй, Лю Цзыхуэй.** Сюцыгэ цзай ванло юйянь чжун дэ юньюн цэлюэ [修辞格在网络语言中的运用策略]. Стратегии применения стилистических фигур в интернет-языке // Вестник Нанкинского университета Сяочжуан. 2019. № 35 (03). С. 77–80, 88. (на кит. яз.)
- Ма Гофань.** Гуаньюньюй [马国凡。惯用语]. Гуаньюньюй. Хух-Хото: Нэймэнгу жэньминь чубаньшэ, 1982. 335 с. (на кит. яз.)
- У Цюн.** Сяньдай ханьюй гуаньюньюй юй дуйвай ханьюй шуаньюньюй цзяосюэ яньцзю [吴琼。现代汉语惯用语与对外汉语惯用语教学研究]. Исследование современных китайских гуаньюньюй и преподавание китайских гуаньюньюй иностранцам // Сяньдай цзяоци. 2016. № 8. С. 192–193. (на кит. яз.)
- Чжан Сюмэй.** Цяньси ханьюй ванло юйянь чжун сюцы фанфа дэ юньюн [浅析汉语网络语言中修辞方法的运用]. Краткий анализ применения стилистических приемов в китайском интернет-языке // Дуйлянь. 2022. № 28 (20). С. 18–20. (на кит. яз.)

References

- Baskakov V. Yu.** Rossiiskaya telesno-orientirovannaya psikhoterapiya v litsakh [Russian body-oriented psychotherapy in persons]. Moscow, Institute for General Humanitarian Studies, 2006, 208 p. (in Russ.)
- Chudinov A. P.** Ocherki po sovremennoi politicheskoi metaforologii [Essays on Modern Political Metaphorology]. Ekaterinburg, Ural State Pedagogical Uni. Press, 2013, 176 p. (in Russ.)
- Chudinov A. P., Shustrova E. V.** Modern metaphor research in Russia: Trends, schools and results. *Russian Journal of Linguistics*, 2024, no. 28 (1), pp. 190–209.
- Kozhevnikov I. R.** Privychnye vyrazheniya (guan'yun'yui) v sovremennom kitaiskom yazyke [Fixed expression (guanyongyu) in Modern Chinese]. Thesis Cand. Philol. Sci. Diss. Moscow, 2002, 223 p. (in Russ.)
- Krasikova E. A.** Osnovaniya klassifikatsii frazeologizmov v kitaiskom, angliiskom i rusском yazykakh [The basis for the classification of phraseological units in Chinese, English and Russian]. *Social'nye i humanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Seriya 6. Yazykoznanie* [Social Sciences and Humanities. Domestic and foreign literature. Series 6, Linguistics], 2024, no. 2, pp. 103–115. (in Russ.)
- Kubryakova E. S.** Problemy predstavleniya znaniy v sovremennoi nauke i rol' lingvistiki v reshenii etikh problem [Problems of Knowledge Representation in Modern Science and the Role of Linguistics in Solving These Problems]. In: *Yazyk i struktury predstavleniya znaniy* [Language

- and structures of knowledge representation]. Moscow, ISSS RAS Publ., 1992, pp. 2–38. (in Russ.)
- Lakoff G., Johnson M.** Metaforý, kotorymi my zhivem [Metaphors We Live By]. In: Teoriya metaforý [Theory of Metaphor]. Moscow, Progress, 1990, pp. 387–415. (in Russ.)
- Morozova V. S., Zolotareva A. A.** Internet-fenomeny 平躺 (“lezhats’ plashmya”) i 摆烂 (“opustit’ ruki”) kak otrazhenie sovremennykh tsennostei kitaiskoi molodezhi [平躺 (“lying flat”) and 摆烂 (“put your hands down”) internet-phenomena as a reflection of Chinese youth contemporary values]. *Sovremennaya Aziya: politika, ekonomika, obshchestvo* [Modern Asia: Politics, Economy, Society], 2024, no. 1, pp. 9–24. (in Russ.)
- Solntseva N. V.** Sopostavitel’nyi analiz zoonimov russkogo, frantsuzskogo i nemetskogo yazykov v etnosemanticheskom aspekte [Comparative analysis of zoonyms in Russian, French and German languages in ethnosemantic aspect]. Thesis Cand. Philol. Sci. Diss. Omsk, 2004, 221 p. (in Russ.)
- Vershinina T. S.** Zoomorfnaya, fitomorfnaya i antropomorfnaya metafora v sovremennom politicheskom diskurse [Zoomorphic, phytomorphic and anthropomorphic metaphor in modern political discourse]. Thesis Cand. Philol. Sci. Diss. Ekaterinburg, 2002, 24 p. (in Russ.)
- Zibin A., Solopova O. A.** Metafora v yazyke, kul’ture i diskurse: issledovatel’skaya povestka dnya [Metaphors across languages, cultures and discourses: A research agenda]. *Russian Journal of Linguistics*, 2024, vol. 28, no. 1, pp. 7–32. (in Russ.)
- Liu Hui, Liu Zihui.** Xiucige zai wangluo yuyan zhong de yunyong celue [刘惠,刘自晖。修辞格在网络语言中的运用策略]. Application Strategies of Rhetorical Figures in Internet Language. *Journal of Nanjing Xiaozhuang University*, 2019, no. 35 (03), pp. 77–80, 88. (in Chin.)
- Ma Gofan.** Guanyongyu [马国凡。惯用语]. Guanyongyu. Hohhot, Neimenggu renmin chubanshe, 1982, 335 p. (in Chin.)
- Wen Duanzheng.** Suyu yanjiu yu tansuo: suyu de xingzhi, fanwei he fenlei [温端政。俗语研究与探索：俗语的性质、范围和分类]. Research and Exploration of Common Sayings: The Nature, Scope and Classification of Common Sayings. Shanghai, Shanghai sishu chubanshe, 2005, 229 p. (in Chin.)
- Wang Jin’an, He Haiju.** Cong “guo” de tongsuzu wangluo liuxingyu kan qi zaoci zaoyu jizhi [王进安, 何海菊。从“锅”的同素族网络流行语看其造词造语机制]. Looking at the Word and Language Formation Mechanism of “Guo” from its Homomorphemic Network Popular Phrases. *Haixia renwenxue kan*, 2024, no. 4 (02), pp. 82–90, 158. (in Chin.)
- Wu Qiong.** Xiandai hanyu guanyongyu yu duiwai hanyu guanyongyu jiaoxue yanjiu [吴琼。现代汉语惯用语与对外汉语惯用语教学研究]. Research on Modern Chinese Fixed Expression and the Teaching Chinese Fixed Expression to Foreigners. *Xiandai jiaoji*, 2016, no. 8. pp. 192–193. (in Chin.)
- Zhang Xiumei.** Qianxi Hanyu wangluo yuyan zhong xiuci fangfa de yunyong [A Brief Analysis of the Application of Rhetorical Devices in Chinese Internet Language]. *Duilian*, 2022, no. 28 (20), pp. 18–20. (in Chin.)

Информация об авторе

Александр Николаевич Сбоев, кандидат филологических наук
RSCI Author ID 824951
SPIN 1593-8610

Information about the Author

Aleksandr N. Sboev, Candidate of Sciences (Philology)
RSCI Author ID 824951
SPIN 1593-8610

*Статья поступила в редакцию 14.10.2023;
одобрена после рецензирования 19.01.2025; принята к публикации 31.01.2025
The article was submitted on 14.10.2023;
approved after review on 19.01.2025; accepted for publication on 31.01.2025*