

Политическая лингвистика. 2022. № 4 (94).

Political Linguistics. 2022. No 4 (94).

УДК 811.581'42

ББК Ш171.1-51

ГСНТИ 16.21.27; 16.21.33

Код ВАК 10.02.19 (5.9.8)

Цзяо Минь¹, Лю Лифэнь², Янь Цюцзюй³

^{1,2} Гуандунский университет иностранных языков и международной торговли, Гуанчжоу, КНР

¹ 763005490@qq.com, <https://orcid.org/0000-0002-5608-5811>

² liulifen1993@163.com, <https://orcid.org/0000-0002-0003-0723>

³ Коммерческий институт Наньго при Гуандунском университете иностранных языков и международной торговли, Гуанчжоу, КНР, qiuju.yan@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0134-0966>

Коллективизм в контролируемом китайской властью языковом ландшафте в период эпидемии коронавируса — на примере противоэпидемических директивных лозунгов

АННОТАЦИЯ. В современном телекоммуникационном и информационном обществе политическая коммуникация играет важную роль при управлении государством. Одним из действенных методов управления государством в социалистическом обществе с китайской спецификой являются лозунги. В статье анализируется концепция коллективизма в государственном управлении китайского правительства на примере противоэпидемического языкового ландшафта — лозунгов, анализируются призывы к проявлению коллективизма в противоэпидемических лозунгах. Основными методами исследования являются методы сбора языкового материала, визуального анализа ключевых слов и частотно-статистического анализа. Основная цель исследования языкового ландшафта в данной статье заключается в описании и анализе системных характеристик идеологических, политических лозунгов визуального пространства, использующих семантические компоненты «семья» и «государство», и воплощения изоморфизма «семья — государство» в конкретные действия в период пандемии COVID-19. По результатам исследования был сделан вывод, что традиционная китайская концепция коллективизма часто находит отражение в утверждении взаимосвязи между «семьей и государством», что демонстрируют и противоэпидемические лозунги: большинство из них указывает на тесные отношения между «семьей и государством», содержит частотные слова семантических групп «семья» и «страна». Все это призвано пробудить у публики чувство коллективной идентичности и в конечном итоге трансформировать его в конкретные действия. Настоящее исследование помогает глубже понять концепцию коллективизма, которой придерживается китайское правительство в управлении государством, подчеркивает превосходство китайской социалистической системы, которая ставит безопасность и здоровье людей на первое место в условиях глобального кризиса, дает представление о традиционной культуре китайского народа, а также помогает объяснить коллективистское поведение китайцев во время эпидемии, такие проявившиеся в нем черты, как самоотверженность, бесстрашие и единодушие.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: коллективизм, языковой ландшафт, китайская власть, политический дискурс, противоэпидемические лозунги, пандемия, коронавирус, инфекции, COVID-19.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ: Цзяо Минь, аспирант, институт европейских языков и культуры, Гуандунский университет иностранных языков и международной торговли, Гуанчжоу, Китай; 2 Baiyun Avenue, Baiyun District, Guangzhou 510420, China; e-mail: 763005490@qq.com.

Лю Лифэнь, автор-корреспондент, доктор филологических наук, профессор, Исследовательский центр перевода и Институт европейских языков и культур, Гуандунский университет иностранных языков и международной торговли; Гуанчжоу, Китай; e-mail: liulifen1993@163.com.

Янь Цюцзюй, кандидат педагогических наук, доцент, Институт европейских языков и культур, Коммерческий институт Наньго при Гуандунском университете иностранных языков и международной торговли; 510545, Китай, пров. Гуандун, пр-т Лянтяньчжунлу, 181; e-mail: qiuju.yan@mail.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Цзяо, Минь. Коллективизм в контролируемом китайской властью языковом ландшафте в период эпидемии коронавируса — на примере противоэпидемических директивных лозунгов / Цзяо Минь, Лю Лифэнь, Янь Цюцзюй. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2022. — № 4 (94). — С. 143-153.

Jiao Min¹, Liu Lifen², Yan Qiuju³

^{1,2} Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou, the People's Republic of China

¹ 763005490@qq.com, <https://orcid.org/0000-0002-5608-5811>

² liulifen1993@163.com, <https://orcid.org/0000-0002-0003-0723>

³ Western Culture and Language College of Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou, the People's Republic of China, qiuju.yan@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-0134-0966>

Collectivism in the Linguistic Landscape Controlled by the Chinese Government During the Coronavirus Epidemic (On the Example of Anti-epidemic Directive Slogans)

© Цзяо Минь, Лю Лифэнь, Янь Цюцзюй, 2022

ABSTRACT. *In today's telecommunications and information society, political communication plays an important role in governance. One of the effective methods of governance in the Chinese socialist society are slogans. The article analyzes the concept of collectivism in the public administration of the Chinese government on the example of the anti-epidemic linguistic landscape represented by slogans and analyzes calls for the manifestation of collectivism in anti-epidemic slogans. The main research methods comprise the methods of collecting language materials, visual analysis of keywords and word frequency statistics. The main purpose of the study of the linguistic landscape in this article is to describe and analyze the systemic patterns of ideological and political slogans using the semantics of "family" and "state" in the visual space and the realization of the "family-state" isomorphism into specific actions during the COVID-19 pandemic. Based on the results of the study, the authors have concluded that the traditional Chinese concept of collectivism is often reflected in the assumption of relationship between "the family and the state", which is reflected in the anti-epidemic slogans: most of them indicate close relationship between "the family and the state" and contain high frequency words of the semantic groups "family" and "country". All this is expected to awaken in the public a sense of collective identity and to transform it into concrete actions in the long run. This study may help to better understand the concept of collectivism that the Chinese government adheres to in governance. It emphasizes the superiority of the Chinese socialist system, which puts people's safety and health first in the face of the global crisis, presents the traditional culture of the Chinese people, and also helps to explain the collectivist behavior of the Chinese during the epidemic and such personal traits as selflessness, fearlessness and unanimity.*

KEYWORDS: *collectivism, linguistic landscape, Chinese government, political discourse, anti-epidemic slogans, pandemic, coronavirus, infections, COVID-19.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Jiao Min, Post-graduate Student, Institute of European Languages and Cultures, Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou, the People's Republic of China.*

Liu Lifen, corresponding author, Doctor of Philology, Professor of Research Center for Translation and Interpretation Studies and the Faculty of the Russian Language at the Institute of European Languages and Cultures, Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou, China.

Yan Qiuju, PhD in Education, Western culture and language college, South China Business College, Guangdong University of Foreign Studies, Guangzhou, China, Guangzhou, China.

FOR CITATION: *Jiao Min, Liu Lifen, Yan Qiuju. (2022). Collectivism in the Linguistic Landscape Controlled by the Chinese Government During the Coronavirus Epidemic (On the Example of Anti-epidemic Directive Slogans). In *Political Linguistics*. No 4 (94), pp. 143-153. (In Russ.).*

1. ВВЕДЕНИЕ

Концепция языкового ландшафта впервые была предложена Р. Ландри и Р. Бурхисом, а затем стала популярным направлением лингвистических исследований. Рассматривающие этот объект работы специализируются на «объявлениях и надписях на общественных зданиях, уличной рекламе, названиях улиц и географических объектов, коммерческих объявлениях торговых предприятий, а также общественных табличках на правительственных зданиях» [Landry, Bourhis 1997: 25]. Настоящее исследование посвящено языковому ландшафту во время пандемии коронавируса.

Во время эпидемии ученые большое внимание уделяли изменениям, происходившим в разных языках, но было мало исследований языкового ландшафта в аспекте государственной политики. Например, в период пандемии в России были изданы такие труды, как «Русский язык коронавирусной эпохи», «Словарь русского языка коронавирусной эпохи», «Коммуникативные исследования» и др. В них рассматривались такие темы, как ковидный лексикон русского языка, языковая картина мира в пандемийном дискурсе, ключевые слова коронавирусной эпохи, словообразование и словотворчество в ковидную эпоху, языковая игра и ковидный фольклор, новые заимствования в русском языке, нео-

логизмы в эпоху пандемии и т. д. В центре внимания китайских лингвистов находится проблема стандартизации экстренной лингвистической помощи в период эпидемии коронавируса, использование терминов по экстренным языковым службам, знакомство с экстренной языковой службой за границей и т. д.

В период пандемии коронавируса китайскими властями широко используются лозунги в целях пропаганды здорового образа жизни и мобилизации людей на участие в борьбе с эпидемией. Политические лозунги, как часть языкового ландшафта, тесно связаны с управлением страной на общенациональном уровне. Лозунги выполняют функции управления и являются инструментами, или средствами, используемыми политическими субъектами, такими как государство, партия или правительство, в процессе управления. Правящая партия применяет лозунги, чтобы обобщить и сжато представить задачи, принципы и политику партии и государства в определенный период в виде кратких предложений, тем самым придав направление общественному развитию, мобилизовав и мотивировав общественность для работы в заданном направлении, чтобы достичь желаемых результатов [Хань Чэнпэн 2007: 15]. За лозунгом стоит не только публичная власть, государство и политическое информирование, но и ценностная ориентация национальной системы управления. Исследовательский интерес в данной

статье сосредоточен на анализе идей коллективизма и их отражения в смысловом компоненте лозунгов правительства Китая во время вспышки COVID-19. В нашем исследовании под языковым ландшафтом (от англ. *linguistic landscape*) понимается особый тип текстов официально-делового стиля, которые являются ключом к пониманию общественных отношений и культурных ценностей [Вежбицкая 2001: 159], отражают идеологию, менталитет общества и государства [Тер-Минасова 2004: 324].

Материалом данного исследования послужили 106 аутентичных противозидемических уличных лозунгов, размещенных в виде наклеек или текстов, напечатанных на баннерах, полученных методом сплошной выборки в городах Ухань, Далянь, Сиань, Гуанчжоу, а также частично в сети Интернет в течение 2020—2021 гг. На основании вышеприведенных материалов было установлено, что в текстах противозидемических уличных лозунгов китайской власти, регулирующих поведение граждан в период пандемии, подчеркивается коллективистская идея «однородности семьи и государства» и реализуется цель предотвращения распространения коронавируса. Расположение текстов и стратегия их отбора отражают традиционные китайские представления о коллективизме и его основные ценности.

2. КОЛЛЕКТИВИСТСКАЯ ИДЕЯ В ПРОТИВОЭПИДЕМИЧЕСКОМ ДИРЕКТИВНОМ ЛОЗУНГЕ

2.1. Концепция коллективизма

Начало обсуждению коллективизма положили К. Маркс и Ф. Энгельс в «Немецкой идеологии» при описании реальной общности: «Ложная общность, образованная союзом индивидуумов, всегда независима от каждого индивидуума; в силу этого община есть союз одного класса против другого и потому является не только совершенно мнимой общностью, но и новыми путями для господствующего класса» [Маркс 2009: 571]; «Только в коллективе личность может получить средства для всестороннего развития своих талантов, т. е. только в коллективе может быть индивидуальная свобода» [Маркс 1972: 82]. Марксистская теория государства имеет ярко выраженный коллективистский оттенок.

Для древнекитайского патриархального общества был характерен многоуровневый коллективизм: семья — это коллектив, клан — это коллектив и все общество — это коллектив. После победы Октябрьской революции в России Коммунистическая партия Китая находилась под влиянием идей Маркса и Энгельса, и китайский патриархальный коллективизм сменился социалистическим

коллективизмом. В 1923 г. Коммунистическая партия Китая стала главной силой в стране, отстаивающей коллективистский взгляд на жизнь. После основания Нового Китая дух коллективизма был беспрецедентно высок. Все общество придерживается коллективистской идеологии марксизма, национального интереса, централизации, единения и единообразия [Е Суйбин 2021: 20]. Во время вспышки эпидемии коронавируса наша страна находилась в тяжелом положении, и народ всей страны объединился для борьбы с эпидемией. На ранней стадии ее распространения в Ухане на призыв властей народ отреагировал моментально, многие оставались дома на карантине, не выходили на улицу, другие же добровольно начали помогать всем службам в помощи больным и тем, кто сидел на карантине. Все эти поступки отражают высокий дух коллективизма. В сентябре 2020 г. на Национальной благодарственной конференции по борьбе с новой эпидемией коронавируса было отмечено, что «Великий противозидемический дух есть наследие и развитие духа патриотизма, коллективизма и социализма» [Си Цзиньпин 2020].

Коллективизм выполняет функцию сплочения членов государства и нации, позволяет каждому члену общества ощутить связь между личностью, своим коллективом и страной, пробуждает в людях внутреннее чувство единения, которое преобразуется в определенный настрой и практические действия, в конечном итоге позволяет добиться эффективного управления обществом [Фэн Ган 2021: 92]. Концепция коллективизма в Китае всегда была неотделима от идеи «совместного строительства семьи и государства». Конфуцианство выделяет интересы «группы» в отношениях между «индивидуумом» и «общиной». Китайская традиционная культура считает, что индивидуум, отделенный от «группы», не может существовать. Индивидуумы находятся в различных «отношениях», а индивидуальные и коллективные ценности неразделимы, они взаимозависимы и диалектически едины. Противозидемический лозунг в период эпидемии коронавируса является концентрированным выражением этой идеи. Коллективистский принцип «пожертвовать интересами малой семьи ради государства» стал важнейшей формулировкой признаваемых всеми ценностей и выражением эмоционального консенсуса масс в процессе участия в борьбе с эпидемией.

2.2. Дух «семьи и государства» в противозидемических лозунгах

В формулировке «совместное строительство семьи и государства» (т. е. в ут-

верждении о том, что страна — это расширенная семья) содержится понимание сходства и связанности организационных структур, форм и методов управления между семьей (семьей, кланом) и государством, и общее у них не только формальные критерии социальной структуры, но и модель управления [Не Фэй 2021: 100]. Это основная ментальная форма национальной общности в китайской традиции, интегрированная в официальную идеологию с основания КНР, делающаяся очевидной, когда страна сталкивается с серьезным кризисом.

Лозунги выполняют функции организационной коммуникации и социальной мобилизации, являются важным средством политической пропаганды в Китае, способом, или средством, управления государством. Во время эпидемии COVID-19 китайское правительство и другие органы государственной власти выдвинули множество лозунгов, демонстрирующих уникальную сущность «совместного строительства семьи и государства», пропагандировали национальную противозидемическую политику, регулировали социальное поведение людей, мобилизовали всех на участие в противозидемических действиях. Например: 众志成城 抗击疫情 齐心协力 护佑健康 / *Наше единство — великая сила! Сообща боремся с эпидемией! Всеми силами! Защищаем здоровье!* 大家共同努力, 疫情定可治 / *Совместными усилиями предотвратим эпидемию!* 抗击疫情, 人人有责 / *Противостояние эпидемии — обязанность каждого!* 全民动员, 坚决打赢疫情防控阻击战 / *Мобилизовать весь народ! Решительно одержать победу в заградительном бою по профилактике и контролю эпидемии!* — и т. д.

В нашем исследовании было визуализировано 106 лозунгов (рис. 1), что позволило обнаружить объединяющую большинство призывов черту: краткость предложений, описывающих противозидемические меры, используемых в официальных документах или в выступлениях лидеров страны. Содержательно общество представлено как организованное «сверху вниз», что отражает национальное сознание и коллективные интересы. Большинство лозунгов используют слова, связанные с *家庭* («семьей») и *家人* («членами семьи») в качестве пропагандистского средства, продвигают концепцию «семьи и государства как единого целого» и представляют предложения, требования или призывы правительства к населению. Это призвано укрепить моральный дух людей, повысить уверенность народа в победе над эпидемией, ограничить некоторые формы

публичного поведения, а также побуждать общественность к участию в борьбе с эпидемией и для других целей, чтобы в итоге добиться победы в противозидемической борьбе. Это также согласуется с тем фактом, что китайцы «ценят родственные группы и семейную жизнь и имеют сильное чувство ответственности за семью» [Сунь Инчунь 2008: 116]. Более того, дом является основным местом изоляции для большинства людей, что имеет исключительное значение в условиях эпидемии. Противозидемические лозунги часто касаются заботы о себе, защиты своей семьи, безопасности «малой семьи» (личная семья), безопасности «большой семьи» (государства) и т. д. Также много призывов, предлагающих внести личный вклад в «большую семью». Ключевые слова и словосочетания вышеуказанных лозунгов часто включают конкретные меры защиты для «малой семьи» и «большой семьи», такие как меры защиты «малой семьи» от нового коронавируса: 戴口罩 («носить маски»), 勤洗手 («чаще мыть руки»), 防护 («защита, защищать»), 预防 («профилактика»), 不出门 («не выходить на улицу»), 在家 («оставаться дома»), 不聚会 («не собираться, не встречаться»), 早隔离 («ранняя изоляция»), 从我做起 («начни с меня»), и т. д. Стратегия защиты «большой семьи» в основном состоит в том, чтобы призвать медицинский персонал отправиться на передовую для участия в борьбе с эпидемией, а массы — принять участие в общественной эпидемиологической профилактической работе и т. д. Встречаются такие лозунги, как 众志成城 («Наше единство — великая сила»), 同舟共济 («сплотиться перед лицом опасности»), 人人有责 («обязанность каждого»), 全民 («весь народ»), 致敬 («с уважением»), 英雄 («герой»), 齐心 («быть единым»), 协力 («работать вместе»), 齐心协力 («Всеми силами»), 携手 («рука об руку»), 尽责 («выполнить свои обязанности»), 共同 («совместно») и т. д. Кроме того, существует множество лозунгов, направленных на поднятие морального духа, повышение уверенности людей в своих силах при борьбе с эпидемией и призыв к защите «малой» и «большой» семей. Например, в число ключевых входят такие слова, как 加油 («вперед»), 战胜 («победить в борьбе»), 打赢 («победить»), 安全 («безопасность»), 遏制 («сдерживать»), 一定 («обязательно»), 必胜 («обязательно победить»), 坚决 («решительно») и т. д.

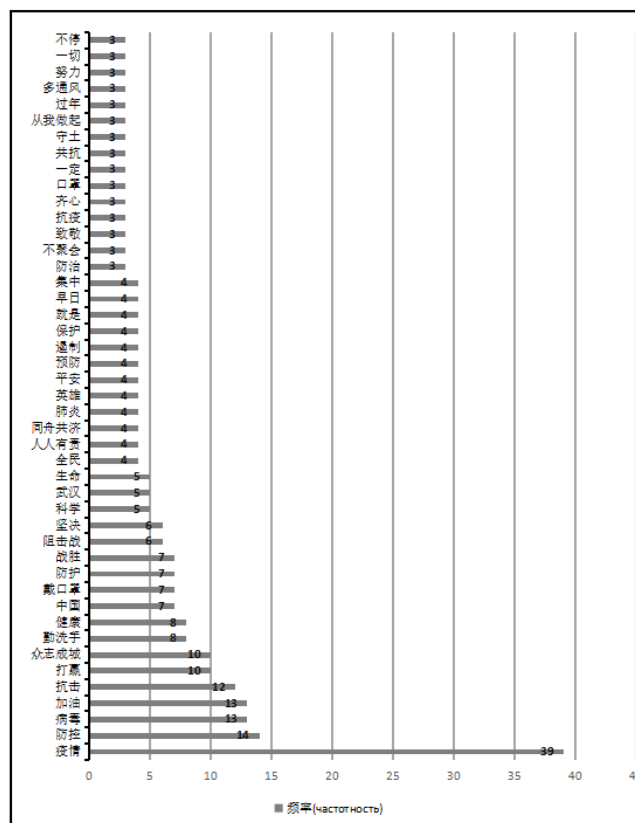


Рис. 2. Частотность ключевых слов в противоэпидемических лозунгах

Самую многочисленную группу (27 единиц) составляют слова с частотностью 4 и 3, отражающие три основные меры правительства по предотвращению вспышек эпидемии: ограничение личных действий, совместную борьбу с эпидемией, укрепление доверия к правительству. Например: 1) выражения, регулирующие поступки людей с призывом выполнения обязательств по домашнему карантину — 不聚会 («не собираться / не встречаться»), 多通风 («чаще проветривать»), 从我做起 («начни с меня») и т. д.; 2) требующие от людей участия в совместной борьбе с эпидемией — 同舟共济 («сплотиться перед лицом опасности»), 人人有责 («обязанность каждого»), 全民 («весь народ»), 齐心 («быть единым»), 共抗 («совместная борьба с эпидемией») и т. д.; повышающие боевой дух и призывающие продемонстрировать свою решимость — 一定 («обязательно»), 遏制 («сдерживать»), 平安 («безопасность») и т. д.

В ходе приведенного выше анализа установлено, что подчеркивая защиту «малой семьи» и формируя «большую семью», китайское правительство и другие органы государственной власти опираются на отношения между «малой семьей» и «большой семьей» в процессе создания лозунгов и призывают каждого гражданина внести свой

вклад в борьбу с эпидемией. Конкретные противоэпидемические лозунги, выдвигавшиеся правительством, связаны с защитой «малой и большой семьи». Содержание лозунга состоит либо в ограничении действий людей, формировании правильного поведения и выполнении обязательств по домашней изоляции, либо в призыве людей к участию в коллективной противоэпидемической деятельности, либо в укреплении у людей уверенности в победе над эпидемией. Исходя из этого, мы разделили противоэпидемические лозунги на три категории: лозунги, призывающие народ защищать «малую семью»; лозунги, призывающие народ бороться за «большую семью»; лозунги, укрепляющие доверие народа к «большой семье».

3. ЛОЗУНГИ, ПРИЗЫВАЮЩИЕ НАРОД ЗАЩИЩАТЬ «МАЛОЮ СЕМЬЮ»

«Малая семья» является составной частью «большой семьи», если «малая семья» стабильна, то и «большая семья» стабильна, поэтому «основа управления государством лежит в самосовершенствовании. Поэтому сказано: „Прими индивидуума как семью, семью как государство, а государство как мир“» [Лу Цзю 2011: 706].

Противоэпидемические лозунги во время эпидемии коронавируса насыщены призывами к защите «малой семьи». Масштаб

контроля постепенно расширяется: от обусловленного четкими инструкциями индивидуального поведения граждан до ограничений действий каждого члена семьи, затем до установления предела общения с родственниками, друзьями, соседями, более обширными сообществами. С помощью таких мер, как противовирусная защита себя и своей семьи, реализуется цель обеспечения безопасности отдельных лиц и семей, а затем всего общества и страны. Содержание противоэпидемических лозунгов полностью воплощает идею «совместного строительства семьи и государства», содержащуюся в китайской философии.

Приведем примеры лозунгов:

– связанные с правилами личного поведения: *疫情一天不解除 全民宁愿守孤独!* / *Эпидемия не будет ликвидирована за один день, и весь народ предпочел бы остаться в одиночестве!* (рис. 3); *乖乖在家莫瞎串 疫情防控别添乱* / *Будьте послушны, оставайтесь дома, не добавляйте хаоса в профилактику эпидемий и борьбу с ними* (рис. 4); *个人防护三要素: 戴口罩、勤洗手、多通风* / *Три дела личной защиты: носить маски, чаще мыть руки и проветривать помещение* (рис. 5); *戴口罩 测体温 不集聚 勤洗手 勤消毒 勤通风* / *Носите маску, измеряйте температуру тела, чаще мойте руки и не забывайте о проветривании; не собирайтесь помногу, чаще дезинфицируйте, проветривайте помещение* (рис. 6); *早发现、早报告、早隔离、早治疗.* / *Раннее обнаруже-*

ние, раннее сообщение, ранняя изоляция, раннее лечение! — и т. д.;

– ограничивающие действия членов семьи: *要听晚辈好言劝, 不戴口罩万人嫌* / *Послушайтесь к добрым советам подрастающего поколения! Без маски ходить отвратительно!* (рис. 7); *守好自己的屯, 看好自己的门, 管好自己的人* / *Защищайте своё село! Следите за своей дверью! Позаботьтесь о своей семье!* (рис. 8); *全家戴口罩 胜过一堆药* / *Носить маску для всей семьи лучше, чем принимать кучу лекарств!* (рис. 9); *加强家庭自我管理* / *Укрепляйте самоорганизацию семьи!* (рис. 10) — и т. д.;

– предписывающие не собираться с другими людьми, в том числе родственниками, друзьями, соседями и т. д.: *不出门 不聚餐 团结一致抗肺炎* / *Не выходите на улицу! Не собирайтесь вместе! Объединяйтесь для борьбы с пневмонией!* (рис. 11); *疫情期间 为了您和家人的健康 请不要走亲访友* / *Во время эпидемии ради вашего здоровья и здоровья ваших близких просьба не навещать родственников и друзей!* (рис. 12); *坚决做到 不聚会、不聚餐、不聚集 对自己、对家人、对社会负责* / *Категорически ни с кем не встречайся! Не собирайся с другими! Несите ответственность за себя, свою семью и общество!* (рис. 13); *你不聚 我不聚 人人齐把病毒拒* / *Ты не собираешься, я не собираюсь, не дадим вирусу шанса* (рис. 14) — и т. д.



Рис. 3



Рис. 4



Рис. 5



Рис. 6



Рис. 7



Рис. 8



Рис. 9



Рис. 10



Рис. 11



Рис. 12



Рис. 13



Рис. 14



Рис. 15



Рис. 16



Рис. 17



Рис. 18

4. ЛОЗУНГИ, ПРИЗЫВАЮЩИЕ НАРОДЫ БОРЬТЬСЯ ЗА «БОЛЬШУЮ СЕМЬЮ»

В Китае признаются верными следующие идеи: «Когда государство процветает, и семья процветает, а если государство разваливается, то семья гибнет. Государство и семья находятся в состоянии симбиоза, взаимозависимы и неразделимы» [He Фэй 2021: 100]. Когда Си Цзиньпин посетил выставку «Дорога к омоложению», он прямо указал на то, что будущее и судьба каждого тесно связаны с будущим и судьбой государства и нации. «Когда государство процветает, народ процветает и семья тоже процветает» [Шэнь Ясинь 2015]. В свете этих положений очевидно, что эпидемия коронавируса угрожает не только интересам страны в глобальном масштабе, но и интересам каждого, и только объединившись всей страной, ее удастся победить. В рассматриваемый период появилось множество лозунгов, пробуждающих дух коллективизма, призывающих все социальные слои к активному участию в борьбе с эпидемией и вносящих вклад в воплощение идеологического положения «борьба за государство — это борьба за свою собственную семью». Такие лозунги в основном распределяются по следующим категориям:

1) нацеленные на восхваление огромной самоотверженности и героического духа, призванные воздать должное героям противоэпидемиологических действий: 致敬白衣英雄 欢迎平安回家 / *Выражаем уважение врачам! Ты наш герой! Вернись здоровым домой!* (рис. 15); 向最美逆行者致敬! / *Выражаем уважение самым красивым противоэпидемическим врачам!* (рис. 16); “医”往无前 “疫”路守护 感恩有你 / *Вперед, врачи! На борьбу с эпидемией! Благодарим Вас!*; 致敬逆行者 抗疫难关 我们一起渡过 / *Выража-*

ем уважение противозидемическим врачам! Преодолеем эпидемию! — и т. д.;

2) призывающие членов Коммунистической партии, медицинский персонал и других государственных должностных лиц к активизации действий по борьбе с коронавирусной инфекцией, усилению руководства, строгому контролю и активному лечению больных: 防控疫情 党员先行 / *Идите вперед первыми, коммунисты! На борьбу с эпидемией!* (рис. 17); 抗击疫情 我是党员我先行 / *Борьба с эпидемией. Я член партии, я пойду первым!* (рис. 18); 抗疫做到排查不停、管控不停、报告不停 / *Непрерывно выполняем проверки! Непрерывно осуществляем контроль и управление! Непрерывно докладываем!*; 不迟报、不漏报、不谎报、不瞒报、不错报 / *Не задерживайте с оповещением, не разглашайте тайну, не делайте ложные заявления* — и т. д.;

3) указывающие на обязанности народа в борьбе с эпидемией, призывающие простых людей к участию в противозидемической работе: 家家动员 人人参与 打赢疫情防控战 / *Мобилизуйте каждую семью! Каждый должен принимать участие! Победим в битве за профилактику и против вспышек эпидемии!* (рис. 19); 打赢疫情防控阻击战 大家都可以进尽一份力 / *Всем следует внести свой вклад в заградительный бой по профилактике и недопущению вспышек эпидемии!* (рис. 20); 防控“新冠”, 人人有责, 齐心协力打赢防控阻击战 / *Борьба с эпидемией — обязанность каждого! Всеми силами победим в заградительном бою по профилактике и недопущению вспышек эпидемии!* (рис. 21); 众志成城 齐心协力 防控疫情 / *Наше единство — великая сила! Всеми силами предотвратим эпидемию!* (рис. 22) — и т. д.



Рис. 19



Рис. 20

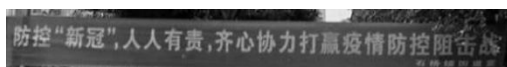


Рис. 21



Рис. 22



Рис. 23



Рис. 24

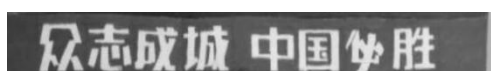


Рис. 25



Рис. 26

5. ЛОЗУНГИ, УКРЕПЛЯЮЩИЕ ДОВЕРИЕ НАРОДА К «БОЛЬШОЙ СЕМЬЕ»

Помимо вышеперечисленных, существуют еще некоторые лозунги, играющие роль в эмоционально-психологической мотивации и повышении сплоченности во время эпидемии. Правительство и другие органы власти создавали противоэпидемические лозунги для воздействия на психологию широких масс, для поднятия в народе духа патриотизма и коллективизма, для побуждения людей к принятию поведения, ожидаемого от властей. Эти лозунги выполняют функцию укрепления доверия народа к «большой семье» и повышения уверенности народа всей страны в победе над коронавирусом. В частности, с точки зрения задач сюда включаются следующие две категории:

1) повышение морального духа, поддержка Родины, поддержка людей в беде и стабилизация их эмоционального состояния: 众志成城 中国加油 (图23) / *Наше единство — великая сила! Вперед, Китай!* (рис. 23); 万众一心, 共克时艰。武汉加油, 中国加油!

(图24) / *Соберём все силы и преодолеем трудности! Вперед, Ухань!; Вперед, Китай!* (рис. 24); 中国, 挺住。 / *Китай, держись!*; 西安加油! / *Сиань! Вперёд!* — и т. д.;

2) укрепление веры народа в победу над эпидемией, в партию и Родину: 众志成城 中国必胜 / *Наше единство — великая сила! Китай обязательно одержит победу над эпидемией!* (рис. 25); 我们同努力, 疫情定可防 / *Мы вместе приложим усилия и одержим победу над эпидемией!* (рис. 26); 群防群控, 众志成城, 遏制疫情, 我们一定能赢 / *Массовая профилактика и контроль!; Наше единство — великая сила! Сдержим эпидемию! Обязательно победим!* — и т. д.

6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Противоэпидемический лозунг как лозунговый жанр в Китае отражает идею китайского правительства об управлении страной, основанном на духе коллективизма, который главным образом выражается в защите «большой семьи» и «малой семьи». Традиционные китайские представления о «духе семьи и государства» ярко выражены в противоэпидемических лозунгах. Контроль над эпидемией начинается с «малой семьи» и служит «большой семье». «Малая семья» может быть сохранена лишь в случае, когда государство находится в безопасности. Согласно создаваемой лозунгами картине мира, перед эпидемией мы должны пожертвовать своим эго и сохранить наше «большее эго». Китайское правительство и другие органы власти, предложившие противоэпидемические лозунги, разрабатывали их с точки зрения взаимовлияния «семьи и государства». В основном лозунги распределяются по трем группам: 1) призывы к населению беречь себя, успешно организовываться всей семьей и соблюдать общегосударственные противоэпидемические меры для обеспечения безопасности «малой семьи»; 2) призывы к членам партии, медицинским работникам, представителям других борющихся с эпидемией профессий и широкой общественности активно участвовать в противоэпидемических мероприятиях; 3) лозунги, укрепляющие доверие широкой общественности к партии и «большой семье», а также веру общественности в победу над эпидемией. Таким образом, анализ показывает, что противоэпидемический лозунг в Китае воплощает в себе одну из концепций управления китайского правительства — опору на коллективизм.

ИСТОЧНИКИ

1. Шэнь Ясинь. Три предложения, чтобы понять чувства Си Цзиньпина к семье и стране / Шэнь Ясинь. — Текст : электронный // Народная сеть: канал текущих событий. — 06.10.2015. — URL: <http://politics.people.com.cn/n/2015/1006/c1001-27664791.html> (дата обращения: 21.01.2022). = 申亚欣. 三句话读懂习近平的家国情怀. <http://politics.people.com.cn/n/2015/1006/c1001-27664791.html>, 2015.10.06.

2. Си Цзиньпин. Выступление на Национальной конференции по борьбе с новой эпидемией коронавирусной пневмонии. — Текст : электронный // Народная сеть. — 09.09.2020. — URL: <http://politics.people.com.cn/n1/2020/0909/c1024-31854276.html> (дата обращения: 22.01.2022) = 习近平: 在全国抗击新冠肺炎疫情表彰大会上的讲话. <http://politics.people.com.cn/n1/2020/0909/c1024-31854276.html>, 人民网, 09.09.2020.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

3. Балашова, Л. В. Милитарная метафора как способ формирования концепта КОВИД-19 в речи В. В. Путина / Л. В. Балашова. — Текст : непосредственный // Коммуникативные исследования. — Омск, 2020. — Т. 7. — № 4. — С. 777—800.

4. Вежбицкая, А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики / А. Вежбицкая. — Москва : Языки славянской культуры, 2001. — 272 с. — Текст : непосредственный.

5. Е, Суйбин. Китайская молодежь: от «вертикальных коллективистов» к «горизонтальным коллективистам» / Е Суйбин. — Текст : непосредственный // Исследования о современной молодежи. — 2021. — № 3. — С. 19—24. = 叶穗冰. 中国青年: 从“垂直集体主义”者到“水平集体主义”者. 当代青年研究, 2021(3): 19—24.

6. Зайцева, И. П. «Коронапсихоз», «коронаскептики», «covidism», «covidophobia» и другие социолингвистические маркеры 2020 г. / И. П. Зайцева. — Текст : непосредственный // Коммуникативные исследования. — Омск, 2020. — Т. 7. — № 4. — С. 801—813.

7. Коммуникативные исследования. — Омск : Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, 2020. — Т. 7. — № 4. — С. 731—906. — Текст : непосредственный.

8. Кронгауз, М. А. Screenlife в эпоху карантина / М. А. Кронгауз. — Текст : непосредственный // Коммуникативные исследования. — Омск, 2020. — Т. 7. — № 4. — С. 731—744.

9. Куссе, Х. Языковой ландшафт коронакризиса в Германии / Х. Куссе. — Текст : непосредственный // Коммуникативные исследования. — Омск, 2020. — Т. 7. — № 4. — С. 814—845.

10. Лассан, Э. Страх как мотив и мотиватор электронной коммуникации (на материале интернет-текстов 2020) / Э. Лассан, Л. Кравцова. — Текст : непосредственный // Коммуникативные исследования. — Омск, 2020. — Т. 7. — № 4. — С. 745—758.

11. Лу, Цю. Весны и осени господина Люя / Лу Цю. — Пекин : Книжное издательство «Чжунхуа», 2011. — 988 с. — Текст : непосредственный. = 陆玖. 吕氏春秋. 北京: 中华书局, 2011: 988.

12. Маркс, К. Избранные произведения К. Маркса и Ф. Энгельса. Т. 1 / К. Маркс, Ф. Энгельс. — Пекин : Народное издательство, 1972. — 803 с. — Текст : непосредственный. = 马克思恩格斯选集: 第1卷[M]. 北京: 人民出版社, 1972: 803.

13. Маркс, К. Собрание сочинений К. Маркса и Ф. Энгельса. Т. 1 / К. Маркс, Ф. Энгельс. — Пекин : Народное издательство, 2009. — 940 с. — Текст : непосредственный. = 马克思恩格斯文集: 第1卷, 北京: 人民出版社, 2009: 940.

14. Мюллер, А. Об отражении пандемии в разнокультурных лингвистических ландшафтах (на примере элементов публичного пространства Минска, Нюрнберга и Варшавы) / А. Мюллер. — Текст : непосредственный // Коммуникативные исследования. — Омск, 2020. — Т. 7. — № 4. — С. 846—864.

15. Не, Фэй. Традиционное государственное управление и влияние с точки зрения совместного строительства семьи и государства / Не Фэй. — Текст : непосредственный // Партийные и государственные исследования. — 2021. — № 6. —

С. 99—106. = 聂飞. 家国同构视角下的传统国家治理及影响. 党政研究, 2021(6): 99—106.

16. Радбиль, Т. Б. «Самоизоляция» как новейший русский культурный концепт: когнитивно-дискурсивный аспект / Т. Б. Радбиль. — Текст : непосредственный // Коммуникативные исследования. — Омск, 2020. — Т. 7. — № 4. — С. 759—776.

17. Русский язык коронавирусной эпохи : коллектив. моногр. — Санкт-Петербург : ФГБУН «Институт лингвистических исследований Российской академии наук», 2021. — 605 с. — Текст : непосредственный.

18. Савченко, А. В. «Коронавирусные неологизмы»: от лексики и фразеологии к интернет-мемам (на материале русского и китайского языков) / А. В. Савченко, Лай Янь-Цзюнь. — Текст : непосредственный // Коммуникативные исследования. — Омск, 2020. — Т. 7. — № 4. — С. 865—886.

19. Северская, О. И. Ковидиоты на карантинных: коронавирусный словарь как диагностическое поле актуальных дискурсивных практик / О. И. Северская. — Текст : непосредственный // Коммуникативные исследования. — Омск, 2020. — Т. 7. — № 4. — С. 887—906.

20. Сунь, Инчунь. Введение в межкультурную коммуникацию / Сунь Инчунь. — Пекин : Издательство Пекинского университета, 2008. — 201 с. — Текст : непосредственный. = 孙英春. 跨文化传播学导论. 北京: 北京大学出版社, 2008: 201.

21. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. — Москва : Изд-во МГУ, 2004. — 352 с. — Текст : непосредственный.

22. Фэн, Ган. Приверженность коллективистской ориентации в модернизации национального управления / Фэн Ган, Син Фэй. — Текст : непосредственный // Исследование идеологического воспитания. — 2021. — № 3. — С. 90—95. = 冯刚, 邢斐. 在国家治理现代化中坚持集体主义导向. 思想教育研究, 2021(3): 90—95.

23. Хань, Чэнпэн. Слоганы и лозунги: исследование модели мобилизации : докторская дис. / Хань Чэнпэн. — Университет Фу-дань, 2007. — 198 с. — Текст : непосредственный. = (学位论文) = 韩承鹏·标语与口号: 一种动员模式的考察. 复旦大学博士学位论文, 2007, 198.

24. Landry, R. Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical study / R. Landry, R. Y. Bourhis. — Text : unmediated // Journal of Language and Social Psychology. — 1977. — Vol. 16, Iss. 1. — 1977. — P. 23—49.

MATERIALS

1. Shen, Yaxin (2015, June 10). *Three sentences to understand Xi Jinping's feelings for family and country*. People's network: channel of current events. Retrieved Jan. 21, 2022, from <http://politics.people.com.cn/n/2015/1006/c1001-27664791.html> (In Chinese)

2. Xi, Jinping (2020, Sept. 9). *Speech at the National Conference on Combating the New Epidemic of Coronary Pneumonia*. People's network. Retrieved Jan. 22, 2022, from <http://politics.people.com.cn/n1/2020/0909/c1024-31854276.html> (In Chinese)

REFERENCES

3. Balashova, L. V. (2020). Military metaphor as a way of formation of the COVID-19 concept in Vladimir Putin's speech. *Communication Studies*, 7(4), 777—800. (In Russ.)

4. Vezhbitskaya, A. (2001). *Comparison of cultures through vocabulary and pragmatics*. Moscow: Languages of Slavic culture, 2001, 272 p. (In Russ.)

5. Ye, Suibing (2021). Chinese youth: from “vertical collectivists” to “horizontal collectivists”. *Research on modern youth*, 3, 19—24. (In Chinese)

6. Zaitseva, I. P. (2020). “Corona psychosis”, “corona skepticisms”, “covidism”, “covidophobia” and other sociolinguistic markers of 2020. *Communication Studies*, 7(4), 801—813. (In Russ.)

7. *Communication Studies* (2020). Vol. 7(4), pp. 731—906. Omsk: Omsk State University named after F. M. Dostoevsky. (In Russ.)

8. Krongaus, M. A. (2020). Screenlife in the age of coronavirus lockdown. *Communication Studies*, 7(4), 731—744. (In Russ.)

9. Kusse, H. (2020). Linguistic landscape of the corona crisis in Germany. *Communication Studies*, 7(4), 814—845. (In Russ.)

10. Lassan, E., & Kravcova, L. (2020). Fear as a motive and motivator of Internet communication (based on 2020 Internet texts). *Communication Studies*, 7(4), 745–758. (In Russ.)
11. Lu, Jiu. (2011). *Lu's Spring and Autumn*. Beijing: Book Publishing House «Zhonghua», 988 p. (In Chinese)
12. Marx, K., & Engels, F. (1972). *Selected works of Marx and Engels* (Vol. 1). Beijing: People's Publishing House, 803 p. (In Chinese)
13. Marx, K., & Engels, F. (2009). Collection of articles by Marx and Engels (Vol. 1). Beijing: People's Publishing House, 940 p. (In Chinese)
14. Müller, A. (2020). On the reflection of pandemic in multi-cultural linguistic landscapes (on the example of elements of the public space of Minsk, Nurnberg and Warsaw). *Communication Studies*, 7(4), 846–864. (In Russ.)
15. Nie, Fei (2021). Traditional state administration and influence in terms of family and state building together. *Party and state studies*, 6, 99–106. (In Chinese)
16. Radbil, T. B. (2020). “Samoizolyatsiya” (“self-isolation”) as the newest Russian cultural concept: cognitive-discursive aspect. *Communication Studies*, 7(4), 759–776. (In Russ.)
17. Institute of Linguistic Studies (2021). *Russian language of the coronavirus era*. St. Petersburg: Institute of Linguistic Studies of the Russian Academy of Sciences, 605 p. (In Russ.)
18. Savchenko, A. V., & Lai, Yen-Chun (2020). “Coronaviral neologisms”: from vocabulary and phraseology to Internet memes (on the material of the Russian and Chinese languages). *Communication Studies*, 7(4), 865–886. (In Russ.)
19. Severskaya, O. I. (2020). Covidiots on coronation: coronaviral lexicon as a diagnostic field for actual discursive practices. *Communication Studies*, 7(4), 887–906. (In Russ.)
20. Sun, Yingchun (2008). *Introduction to Intercultural Communication*. Beijing: Peking University Press, 201 p. (In Chinese)
21. Ter-Minasova, S. G. (2004). *Language and intercultural communication*. Moscow: Publishing house of Moscow State University, 352 p. (In Russ.)
22. Feng, Gang, & Xing, Fei (2021). Commitment to the collectivist orientation in the modernization of national administration. *Study of ideological education*, 3, 90–95. (In Chinese)
23. Han, Chengpeng (2007). Slogans : a study of the model of mobilization [Doctoral dissertation]. Fudan University, 198 p. (In Chinese)
24. Landry, R., & Bourhis, R. Y. (1977). Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23–49.