УДК 81'23: 811.581
5.9.8. Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика (филологические науки)



***О.В. Дубкова***
*Сианьский университет иностранных языков,*
*Нижегородский государственный лингвистический университет*
*им. Н.А. Добролюбова*

# ЦЕННОСТЬ «РАВЕНСТВО» В КИТАЙСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ

*Цель исследования – описать ключевые элементы китайской социальной рекламы, репрезентирующие ценность «равенство» на основе анализа 78 поликодовых текстов. Китайский поликодовый текст опирается на традицию китайской каллиграфии и живописи, в которой сочетаются визуальные образы, цвет и поясняющий текст. В социальной рекламе используются также традиционные символы (лотос, бамбук, каменный лев) для установления связей данной ценности с китайской традицией, а также для расширения общих представлений народных масс о равенстве.*

*Социальная реклама, лингвокультура, поликодовый рекламный текст, пропаганда, базовые ценности китайцев, 平等 / равенство, традиционные китайские символы.*

## Введение

Социальная реклама – важная часть государственной пропаганды системы норм и правил, действий и поступков граждан. Это «…своего рода картина мира, по крайней мере, нескольких ее фрагментов: ценностей, потребностей, способов решения проблем, направлений развития» [5, с. 100]. Социальная реклама использует различные языковые и неязыковые средства воздействия на сознание носителей определенной лингвокультуры.

В настоящее время наблюдается повышенный интерес к китайской социальной рекламе, что связано, во-первых, с активной целенаправленной пропагандой традиционных ценностей китайцев и современных ценностей, позволяя на уровне конкретных текстов установить динамические изменения в понимании и репрезентации аксиологического содержания; во-вторых, с особенностями китайской социальной рекламы, имеющей три плана выражения (личный, социальный и государственный), которые комплексно отражаются на уровне языка и культуры; в-третьих, с наличием в китайской лингвокультуре древних представлений о нормах и правилах социального поведения, которые могут передаваться как языковыми (например, различные типы идиом, цитаты из древнекитайских канонов и выступлений политических лидеров), так и неязыковыми средствами (различные традиционные и современные способы визуализации, использование разных школ живописи, графики и народного творчества); в-четвертых, с особенностями китайской иероглифической письменности, позволяющей в сжатом виде предавать актуальную информацию и рационально использовать визуальное пространство.

В лингвистических исследованиях под социальной рекламой обычно понимаются поликодовые рекламные тексты (ПРТ). В настоящее время активно изучается структура и тематика китайских ПРТ [2; 4], языковые средства воздействия [1], рассматриваются невербальные средства пропаганды ценностей [3] и другие аспекты. Тем не менее работ, связанных с пропагандой отдельных китайских ценностей, недостаточно, что и определяет новизну и актуальность данного исследования.

Цель данной работы – описать особенности китайских ПРТ, репрезентирующих ценность «平等 / равенство» для установления актуальных для носителей китайской лингвокультуры символов данной ценности и способов их обозначения. В рамках исследования необходимо определить (1) представления китайцев о 平等 [píngděng] / *равенстве* как о базовой ценности, (2) описать основные характеристики данной ценности, (3) выделить национально специфические элементы, использующиеся для углубления представлений о равенстве как о базовой ценности социализма.

Мы полагаем, что история слова «平等 / равенство», возникновение и развитие данной ценности в китайской лингвокультуре и его восприятие носителями китайского языка значительно отличаются от европейской традиции, что отражается в китайских ПРТ. Ценность «平等 / равенство» включена в систему базовых ценностей социализма с китайской спецификой в 2013 году, и именно с этого периода начинается активная пропаганда данной ценности. Исторические рамки исследования – 2014–2025 гг., что определяется активизацией деятельности различных китайских государственных органов и учреждений по пропаганде базовых ценностей и формированием новых представлений о равенстве, соответствующих задачам социально-экономического развития Китая.

В ходе исследования проанализировано 78 ПРТ. Данные получены методом сплошной выборки из рекламных плакатов, размещенных на сайтах китайских правительственных органов. Для анализа используются описательные, статистические и другие методы.

## Равенство как китайская социальная ценность

В китайском языке слово 平等 [píngděng] / *равенство* является сложным словом, образованным из

двух иероглифов: 平 [píng] / *ровный, равный* и 等 [děng] / *ранг, степень, класс*. Считается, что слово возникает в V в. н. э. в рамках буддизма и связано с идеей возможности каждого человека познать истину. В Древнем Китае «равенство» – это абстрактная идея, связанная с духовным развитием и не имеющая практического воплощения [6, с. 18]. В Китае в конце XIX века слово 平等 / *равенство* начинает использоваться для обозначения равенства граждан перед законом, в 1920-е гг. – для равенства мужчин и женщин.

Концепция гендерного равенства закреплена в китайском законодательстве: в 1954 году включена в Конституцию КНР, в 1995 году – принята государственная программа по установлению гендерного равенства. Необходимость использования политических мер для установления гендерного равенства прямо или косвенно связана с китайской традицией уважительного отношения к мужчинам и пренебрежительного – к женщинам, стремлением иметь сына-«императора», политикой ограничения рождаемости (одна семья – один ребенок) и др., что имеет негативные последствия для формирования аксиологических представлений народных масс о равенстве, значительно влияет на систему образования и в целом на реализацию политики реформ и открытости и проведение модернизации с китайской спецификой в новую эпоху.

Включение западной ценности в китайскую аксиологическую систему требует переосмысления в рамках китайской лингвокультуры и формирования новых аксиологических представлений китайцев о равенстве. Для этого на государственном уровне используются средства социальной рекламы, в том числе и ПРТ, в которых отражаются идеи равенства. Как отмечает Чжоу Шанцзюнь, в концепцию равенства включается следующее содержание: (1) все рождаются равными, независимо от расы, цвета кожи, пола, языка или убеждений; (2) необходимо отказаться от статусных привилегий, эффективно защищать права всех граждан; (3) следует предоставлять всем равные возможности выбора в будущем; (4) отсутствие реальных возможностей удовлетворить реальные потребности всех граждан требует обеспечения их равенства всех перед законом [7, с. 134–135] (здесь и далее перевод наш. – *О. Д.*).

Таким образом, сложности в понимании и реализации равенства как ценности приводят к необходимости формирования базовых представлений китайцев о равенстве новыми средствами, в том числе и социальной рекламой.

### Анализ представлений о равенстве в китайских поликодовых рекламных текстах

В китайской социальной рекламе ценность 平等 / *равенство* рассматривается как часть общей пропаганды базовых ценностей социализма, в которой основное внимание уделяется связям данной ценности с традиционной китайской лингвокультурой и другими ценностями. Рассмотрим три поликодовых текста, которые отражают особенности социальной рекламы и относятся к разным периодам пропаганды ценностей.




*Рис. 1. Все люди созданы равными (агитационный плакат, 2016 г.)*[1]

На рисунке 1 на белом фоне, символизирующем справедливость, изображены чашечные весы, на которых на левой и правой чашах соответственно изображены атрибуты сельской и городской жизни. Слева – горы и реки, крестьянские дома, террасные поля, деревья, цветы и др. Справа – городские дома, заводы, ветряные электростанции и пагоды. Над сельским пейзажем изображена крестьянка в рабочей одежде и головном уборе с цветами. В руках она держит серп, что в целом символизирует женщин-крестьян, работающих на полях. Над городским пейзажем представлен рабочий в каске и в очках с гаечным ключом в руках, что в целом представляет мужчин, работающих в городе по найму. Их объединяет голубое небо, обозначающее свободу и возможности.

Под рисунком крупными иероглифами контрастным серо-черным цветом каллиграфическим стилем написано по-китайски «равенство». Рядом справа мелким шрифтом интерпретация ценности, что в целом перекликается с ценностной ориентацией «равенства» в базовых ценностях социализма. Изображение весов, людей, природного и городского пейзажа передает концепции 众生平等 / *равенства всего сущего* и 自尊自强 / *самоуважения и самосовершенствования*. Под данными словами мелким шрифтом по-китайски разъясняется суть данной ценности: *Все граждане равны перед законом, ценностная ориентация заключается в постоянном достижении реального равенства, требует уважения и гарантии прав человека, и каждый человек имеет право на равное участие и равное развитие в соответствии с законом.* Данные слова тесно связаны с концепцией равенства, представленной в «Декларации независимости США», и связывают концепцию равенства с европейскими идеями о равенстве.

Вверху плаката написано *базовые ценности социализма*, причем слово 核心 / *основной, центральный, базовый* выделено шрифтом и цветом, что подчерки-

[1] 漫谈价值观：人人生而平等 (2016-12-2). URL: https://www.sohu.com/a/122858974_356071 (дата обращения: 10.07.2024).

вает важность данной ценности в системе ценностей. Внизу плаката под чертой перечислены все двенадцать базовых ценностей социализма с китайской спецификой, которые активно продвигаются для формирования «нового человека».




*Рис. 2. Равенство (агитационный плакат, 2019 г.)*[2]

Общий дизайн плакатов может значительно различаться, сочетая множество символических элементов, передающих общее представление о ценности. Например, на рекламном плакате, пропагандирующем ценность 平等 / *равенство* (см. рис. 2), представлен целый ряд символов, связанных с идеей равенства. Фон выполнен в желто-коричневой гамме, по краям рамка, использующая древнекитайскую традицию оформления картин. Желтый и коричневый цвета традиционно используются в китайской культуре для создания торжественной и изысканной атмосферы, символизируя важность и значимость события или информации. В центре рисунка преобладают красный и золотой цвета с традиционными узорами (*благоприятные облака*, *ленты*, *колонна Хуабяо* и др.), которые не только отражают культурное наследие, но и подчеркивают серьезность и авторитетность темы. Поле плаката условно можно разделить на две части: слева – рисунок, справа – текст. Сверху и снизу строки, которые условно соединяют левую и правую части, в целом передавая идею равенства.

Вверху плаката черным написан слоган: 我学习我践行 / *Я учусь – я практикуюсь*, под ним светло-коричневым цветом – 社会主义核心价值观 / *Базовые ценности социализма*. Справа – большими иероглифами красного цвета – ключевое слово, указывающее ценность «平等 / равенство», правее его перевод на английский язык. Слева указываются принципы равенства: 众生平等 / *равенства всего сущего* и 自尊自强 / *самоуважения и самосовершенствования*, которые необходимо продвигать в сознание народных масс.

Слева от ключевого слова изображается в виде книги «Конституция КНР» в красной обложке, на которой представлен герб КНР, символизируя верховенство закона и гарантию равенства. Нижняя часть рисунка основана на контурах карты Китая, на которой изображены десятки персонажей, одетых в костюмы 56 национальностей, проживающих на территории Китая. Они держат в руках красные флаги, книги и др., демонстрируя идею равенства, единства и общего процветания всех этнических групп. Под рисунком мелким черным шрифтом написано: 人民有信仰，国家才有力量 / *У народа есть вера, а у страны есть сила*, что указывает на важность ценностей для национальной сплоченности и единства. Правая сторона снабжена интерпретацией темы «равенства» (букв.): *Равенство является основным атрибутом социалистического права и основным принципом социалистического правового государства. Закон признает и гарантирует права человека, и каждый человек имеет право на равное участие и равное развитие в соответствии с законом*.

Благодаря сочетанию «Конституции КНР» + «Карты Китая» + «56 национальностей» и тематического текста плакат раскрывает важность «равенства» как основной ценности социализма, не только подчеркивая институциональные гарантии на правовом уровне, но и равный статус всех этнических групп в социальной жизни, перекликаясь с целями и задачами социального развития, демонстрируя важность данной ценности, относящейся к социальному уровню.




*Рис. 3. Говорим о культуре – создаем новый стиль: Равенство (агитационный плакат, 2023 г.)*[3]

Ряд плакатов направлен на пропаганду «нового стиля» и создание цивилизованных (культурных) городов по всей стране. Такие плакаты обычно лаконичны, могут содержать региональные (локальные) элементы культуры (фотографии или схематические изображения достопримечательностей, элементы регионального народного творчества, костюмов и др.). В плакатах могут использоваться различные цвета и оттенки. На следующем плакате (рис. 3) в основном представлены различные оттенки синего на светло-коричневом фоне. Синяя заливка иероглифов и графических элементов формирует общее представление единой цветовой визуальной системы. В социальной рекламе синий цвет обычно символизирует рациональность, справедливость и доверие, что соответствует теме «равенства» как социалистической ценности.

Согласно общей концепции «равенства» синий круговой узор слева содержит весы (честность и правосудие), книгу (знания и рациональность) и ветки с листьями (жизненная сила и непрерывность традиции), а также контурное изображение лица человека. Слово «равенство» выделено каллиграфическим шрифтом

[2] 社会主义核心价值观的12个主题词 阜南县纪检监察网站 (2019-07-08). URL: https://www.fnxjw.gov.cn/html/wenzhang_607297.html (дата обращения: 10.07.2024).

[3] **社会主**义核心价值观【平等】(2023-08-07), **深圳市福田区人民政府** URL: https://www.szft.gov.cn/zjft/ftqq/cjwmcs/gygg/content/post_10772890.html (дата обращения: 10.07.2024).

справа от рисунка, что отражает стремление к «равенству перед законом» и к «социальной справедливости». Текст вверху гласит: 培育和践行社会主义核心价值观 / *Воспитание и применение на практике базовых ценностей социализма*. Далее перечисляются двенадцать базовых ценностей, включая равенство. На правой стороне вверху на двух строках размещен слоган 讲文明 树新风 / *Говорим о цивилизации (культуре), строим новый стиль*, внизу плаката надпись *Подготовлено отделом пропаганды Шэньчжэньского горкома КПК*, отражающая официальную пропагандистскую атрибутику.

Таким образом, китайский поликодовый текст опирается на традицию китайской каллиграфии и живописи, в которой сочетаются визуальные образы, цвет и поясняющий текст. Общий дизайн китайских ПРТ является одновременно идеологическим и художественным и используется в качестве пропагандистского и образовательного материала, который помогает общественности понять и применять на практике базовые ценности.

### Основные символы пропаганды ценности «равенство»

Основные символы, используемые для пропаганды ценности «равенство», можно условно разделить по происхождению на следующие группы: (1) традиционные китайские символы, которые используются в социальной рекламе для демонстрации связей традиционной китайской системы ценностей и государственной власти; (2) современные символы, связанные с аксиологической концепцией. Кроме того, все символы можно разделить на природные (растения, животные) и рукотворные (чашечные весы, молоток судьи, книга, каменный лев). Ниже подробно рассмотрим основные образы, выявленные в ходе анализа визуальных средств, используемых в социальной рекламе ценности 平等 / *равенство* (табл. 1).

Таблица 1

**Визуальные средства, используемые для пропаганды ценности 平等 / *равенство***

| Символ | | Значение |
|---|---|---|
| китайский язык | русский язык | |
| 天平 | Чашечные весы | Справедливость и равенство перед законом; сбалансированное распределение социальных ресурсов, прав и обязанностей |
| 秤盘对称平衡 | Уравновешенные чаши весов | Сельские районы и города должны иметь одинаковый статус в развитии; необходимо обеспечить совместное использование ресурсов и равные права и интересы всех граждан |
| 太极图 | Тайцзи, изображение двухцветного круга, разделенного на две части волнистой линией с точкой противоположного цвета в каждой части | Символ Инь и Ян, гармонии мужского и женского начала |
| 传统建筑群 | Ансамбли традиционной китайской архитектуры | Китайское культурное наследие, небесный и земной порядок, связь древности и современности, наследование этических норм и правил |
| 男女 | Мужчина и женщина | Гендерное равенство |
| 身着传统服饰的儿童 | Дети в традиционных китайских костюмах | Гармония и невинность |
| 书本 | Книга(и) | Обучение и познание, рациональность, верховенство права |
| 法律书籍 | Книги по юриспруденции | Правовые положения и институциональные гарантии |
| 法槌 | Молоток судьи | Авторитет судебных решений |
| 石狮子 | Каменный лев | Государственная власть, справедливость, защита, благоприятствование |
| 华表 | Столб Хуабяо – каменная колонна с орнаментом в императорском дворце, гробнице и др. | Единство Неба и Человека, величие и отвага |
| 人民大会堂 | Дом народных собраний (Пекин) | Концепция «народа как хозяина страны», историческое наследие китайской нации, открытость и толерантность |
| 白鸽 | Белый голубь | Спокойствие, приносимое миром, гармонией и равенством |
| 叶片 | Лист (дерева) | Жизненная сила, рост и развитие |
| 小花 | Мелкие цветы | Различие и разнообразие |
| 莲花 | Лотос (цветы и листья) | Чистота, элегантность и гармония; метафора концепции равенства, которая укореняется в обществе и распускается подобно цветку лотоса |
| 梅花 | Китайская слива – цветы мэйхуа | Стойкость и твердый характер |
| 翠绿竹子 | Изумрудный бамбук | Благородство, порядочность и справедливость |
| 树木、房屋、农作物 | Деревья, дома и сельхозкультуры | Простота и жизнеспособность традиционной сельскохозяйственной цивилизации |
| 高楼、现代化的机械、交通设施 | Здания, современная техника и транспортная инфраструктура | Процветание и прогресс индустриальной цивилизации |

В китайских поликодовых текстах также используются пейзажи, выполненные черной либо цветной тушью в традиционном китайском стиле (горы и воды, цветы и птицы), которые создают спокойную и естественную атмосферу и усиливают ощущение визуальной многослойности. Использование искусства каллиграфии усиливает культурную самобытность социальной рекламы и акцентирует внимание на ключевом понятии ПРТ.

Кроме того, в китайских ПРТ используются мультяшные образы (рис. 4). На рисунках изображаются сценки из жизни семьи, учебных и официальных учреждений, поведения людей в общественных местах, на транспорте и др. Данные картинки позволяют показать необходимость совместного участия в реализации ценности «гармония» и включить данную ценность в систему личных норм и правил поведения в обществе, выражая идею «равного участия всех граждан в общественной жизни».



*Рис. 4. Фрагмент китайской социальной рекламы ценности «равенство»*

Социальная реклама является важным средством пропаганды базовых ценностей социализма с китайской спецификой. Благодаря сочетанию визуальных символов и слов она превращает абстрактную концепцию «равенства» в понятную и доступную для народных масс, ориентируя общественность на реализацию равенства, способствуя формированию честной, беспристрастной взаимопомощи и гармоничной социальной атмосферы, а также помогая созданию цивилизованной (культурной) среды по всей стране.

**Заключение**

Китайская социальная реклама, пропагандирующая ценность «равенство», представляет собой многоуровневую систему, в которой на государственном, общественном и личном уровнях доступными для носителей китайской лингвокультуры средствами представляется традиционное и современное понимание одной из базовых ценностей социализма. Данные показывают, что в анализируемых поликодовых текстах используются иероглифические компоненты и символические изображения, в качестве значимого элемента выступают также цвет и композиция. В анализируемых ПРТ в основном используются белый (справедливость и достоинство), синий (доверие и свобода), коричневый (важность и значимость), красный (благоденствие и торжественность) и черный (власть и сила) цвета. К символическим изображениям относятся различные сценки из жизни, содержащие реальные или мультяшные изображения людей, что позволяет наглядно представить абстрактное понятие «равенство» и реализовать данную ценность в личном поведении. В ПРТ также содержатся символы традиционной китайской культуры (лотос, цветы сливы, бамбук, голубь и др.), которые связывают современные представления о равенстве с системой традиционных китайских ценностей. Символы государства, закона и власти (каменный лев, Дом народных собраний, чашечные весы, судейский молоток, книги по юриспруденции и др.) демонстрируют равенство всех граждан перед законом, а также пропагандируют гендерное и социальное равенство, равные возможности граждан в получении работы и образования. Символы города и села используются для пропаганды стирания различий между городскими и сельскими районами, а представители разных национальностей и разных социальных групп – между разными этническими и социальными группами и др. В ПРТ слово 平等 / *равенство* обычно выделяется цветом, различными шрифтами и каллиграфическими стилями, что, с одной стороны, подчеркивает значимость данной ценности, с другой – ее связь с традиционной китайской культурой. В некоторых случаях дается текстовое пояснение данной ценности, что позволяет вербализовать значимое ценностное содержание и реализацию данной ценности в действиях и поступках.

Такое комплексное представление ценности 平等 / *равенство* в ПРТ является важной составляющей китайской социальной рекламы и создает базу для воспитания общих представлений о системе ценностей социализма, являясь основой формирования «нового человека».

ЛИТЕРАТУРА

1. Хрипля, Т. С. Потенциал речевого воздействия лексической системы языка в социальной рекламе Китайской Народной Республики / Т. С. Хрипля. – DOI 10.24147/2413-6182.2024.11(2).332-344 // Коммуникативные исследования. – 2024. – Т. 11, № 2. – С. 332–344.

2. Хрипля, Т. С. Общенациональная идея «китайской мечты» в поликодовых текстах социальной рекламы КНР / Т. С. Хрипля, О. С. Иссерс // Журнал Сибирского федерального университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2023. – Т. 16, № 6. – С. 973–990.

3. Цзоу, Хуацзин. Классификация элементов лингвокультурологической информации в поликодовом тексте печатной рекламы на материале русского и китайского языков / Х. Цзоу, Н. В. Новоспасская. – DOI 10.25136/2409-8698.2021.2.35001 // Litera. – 2021. – № 2. – С. 1–10.

4. Цюй Юнь. Представление основных ценностей современного Китая в поликодовом рекламном тексте / Ю. Цюй. – DOI 10.52070/2542-2197_2022_2_857_170 // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2022. – № 2 (857). – С. 170–175.

5. Шестак, Л. А. Рекламный текст: ценности меняющегося мира / Л. А. Шестак // Вестник Вологодского государственного университета. Серия: исторические и филологические науки. – 2024. – № 4. – С. 100–105.

6. 高瑞泉.论现代嬗变中的“平等”观念—以19、20世纪之交的中国思想界为中心的考察[J].学术月刊,2005,37(7):16-23,37 = Гао Жуйцюань. Современные изменения в концепции «равенства»: исследование китайского идеологического круга на рубеже XIX–XX вв. / Ж. Гао // Наука (ежемесячник). – 2025. – № 37 (7). – С. 16–23, 37. (на китайском языке)

7. 周尚君. 平等话语流变考《周尚君.平等话语流变考[J].思想战线,2015,41(2):127-136 = Чжоу Шанцзюнь. Исследование трансформации дискурса «равноправие» / Ш. Чжоу // Идеологический фронт. – 2015. – № 41(2). – С. 127–136. (на китайском языке)

**O.V. Dubkova**

## THE VALUE OF “EQUALITY” IN CHINESE SOCIAL ADVERTISING

The purpose of the study is to describe the key elements of Chinese social advertising that represent the value of “equality”. Based on the analysis of 78 Chinese polycode texts the key elements for the promotion of norms and rules of conduct of the masses are highlighted. The Chinese polycode text is based on the tradition of Chinese calligraphy and painting, which combines visual images, color and explanatory text. Social advertising also uses traditional Chinese symbols consistently (lotus, bamboo, stone lion) to establish links between this value and Chinese tradition, as well as to expand the general ideas of the masses about equality.

Social advertising, linguistic culture, polycode advertising text, propaganda, basic Chinese values, 平等 / equality, traditional Chinese symbols.