

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра восточных языков  
45.05.01 Перевод и переводоведение

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой ВЯ  
\_\_\_\_\_ Е.В. Чистова  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА СОЛДАТА НОАК  
НА ПРИМЕРЕ ПЛАКАТОВ СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМОЙ ТЕМАТИКИ  
1940–1960 гг.**

Выпускник

А.Н. Корниенко

Научный руководитель

канд. истор. наук,  
доц. каф. ВЯ С.В. Мажинский

Нормоконтролер

А.П. Мутасова

Красноярск 2022

## РЕФЕРАТ

*Тема бакалаврской работы* – «Лингвистическая репрезентация образа солдата НОАК на примере плакатов социально значимой тематики 1940-1960 гг». Выпускная квалификационная работа представлена в объеме 70 страниц, включает в себя 18 иллюстраций, 2 приложения, 45 использованных источников, 15 из которых на иностранных языках.

*Ключевые слова:* ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС, ВОЗДЕЙСТВИЕ, МУЛЬТИМОДАЛЬНОСТЬ, НОАК, ВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА, НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА, ПАРАВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА.

*Цель:* выявление и проведение анализа ключевых языковых и паралингвистических средств, анализ особенностей лингвистической репрезентации образа солдата НОАК.

*Задачи:* 1) рассмотреть и дать оценку политической системы Китая в 1940-1960 гг.; 2) рассмотреть воздействующую функцию плаката; 3) проанализировать исторический образ солдата НОАК; 4) проанализировать отобранные плакаты военной тематики; 5) рассмотреть и проанализировать вербальные, невербальные и паравербальные средства, использованные в отобранных плакатах.

*Актуальность темы* определяется необходимостью изучения средств лингвистической репрезентации солдат НОАК в разных жанрах публицистического функционального стиля, в частности, плакатах, и необходимостью систематизации субъективно-оценочных и ассоциативных смыслов исследуемого концепта, с привлечением достижений социологии и лингвокультурологии.

Такой подход обусловлен, с одной стороны, возрастающим интересом современной лингвистики к рассмотрению актуализации концептуальной картины мира в связи с проблемами языковой личности и ее внутреннего мира, а с другой стороны, недостаточной изученностью способов репрезентации различных концептов в китайской этнокультуре.

*Основные выводы и результаты исследования:*

1. Был выявлено влияние политического дискурса на различные виды дисциплин.
2. Рассмотрено понятие, функции и задачи социальной рекламы, а также плаката, являющегося ее частью.
3. Было установлено, что плакат относится к мультимодальным текстам, представляющим собой единство вербального и невербального компонентов.
4. Был рассмотрен лингвистический инструментарий плаката, его особенности и функции данного инструментария.
5. В ходе работы было выявлено, что основополагающая интенция отобранных лозунгов заключается в том, чтобы убедить и склонить массового адресата в необходимости совершения или не совершения того или иного действия.
6. Результаты количественного исследования показали, что языковые средства, а именно метафора, сравнение и императивные конструкции как средство диалогизации используются наиболее часто в конструировании данных лозунгов.
7. Один из главных выводов данного исследования основывается на том, что плакат принадлежит к мультимодальному типу текста, в котором вербальный и изобразительный элементы создают единство, обеспечивающее его комплексное прагматическое воздействие на адресата.

*Перспективы дальнейшего использования:* 1) более глубокое исследование влияния плакатов различной направленности, 2) дальнейшее изучение средств выразительности плакатов, 3) взаимосвязь между использованием различных приемов выразительности в сочетании с национальными изобразительными символами.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	4
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИЗУЧЕНИЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ</b> .....	7
1.1. Политический дискурс как отражение определенной исторической эпохи.....	7
1.2. Воздействующая функция плаката как вида социальной рекламы ...	15
1.3. Лингвистический инструментарий плаката как вид мультимодального текста .....	18
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1</b> .....	21
<b>ГЛАВА 2. СПЕЦИФИКА СРЕДСТВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СОДАТ НОАК</b> .....	22
2.1. Историческая справка о солдатах НОАК. 1921–1949: подъем КПК и Красной Армии.....	22
2.2. Вербальные средства, использованные в отобранных плакатах .....	25
2.2.1. Императивные конструкции как средство диологизации .....	26
2.2.2. Метафора, метонимия, сравнение .....	28
2.2.3. Использование чэньюев в лозунгах .....	30
2.2.4. Патриотические лозунги .....	31
2.3. Невербальные и паравербальные средства, использованные в отобранных плакатах .....	34
2.3.1. Цветовой спектр.....	35
2.3.2. Расположение строк в стиле традиционного письма.....	39
2.3.3. Варьирование шрифтов.....	41
2.3.4. Изображение идеологических и героических символов нации .....	43
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2</b> .....	50
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	53
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ</b> .....	53

Ошибка! Закладка не определена.

## ВВЕДЕНИЕ

Язык является основным инструментом познания и освоения окружающего нас мира. Он служит не только средством передачи эмоций и информации, но и является хранителем традиций народов, национальных стереотипов и культурных ценностей. Важнейшей частью изучения иностранного языка, помимо изучения правил фонетики, лексики и грамматики, является формирование лингвокультурологической компетенции, которая способствует обширному и глубокому пониманию носителей изучаемого языка.

Особенно ярко отражают особенности изучаемой культуры лексические приемы и поговорки, вызывающие у носителей языка самобытные ассоциации и образы, отражающие особенности психологического склада и мудрость народа, специфические черты бытового сознания этноса.

Лингвистическая репрезентация же является феноменом, который наблюдается в большинстве языков. Она является важной частью донесения информации, которая используется во многих аспектах жизни, таких как реклама, кино, музыка и т.д.

Репрезентация – это очень широкое понятие, наиболее общее определение, которого звучит так: «представление одного в другом и посредством другого». Термин происходит от латинского «*praesetare*», что значит «представлять», с добавлением префикса *re* –, означающего повторяемость или, в данном случае, вторичность действия. Это означает, что репрезентация – это отображение сущности объекта или явления, не являющееся самой этой сущностью, однако несущее функцию ее «представителя» в условиях необходимости.

Актуальность исследования составляет необходимость изучения средств лингвистической репрезентации солдат НОАК в разных жанрах публицистического функционального стиля, в частности, плакатах, и необходимостью систематизации субъективно-оценочных и ассоциативных

смыслов исследуемого концепта, с привлечением достижений социологии и лингвокультурологии.

Такой подход обусловлен, с одной стороны, возрастающим интересом современной лингвистики к рассмотрению актуализации концептуальной картины мира в связи с проблемами языковой личности и ее внутреннего мира, а с другой стороны, недостаточной изученностью способов репрезентации различных концептов в китайской этнокультуре.

Для изучения этой темы информационной базой послужили научные труды: А.П. Чудинова, Р. Водак, В.И. Карасика, Е.И. Шейгал.

**Объектом** исследования данной работы является военный дискурс в контексте социально значимой политики.

**Предметом** исследования данной работы являются вербальные, невербальные и паравербальные средства репрезентации образа солдата в плакатах.

**Целью** исследования заключается в выявлении и проведения анализа ключевых языковых и паралингвистических средств, проанализировать особенности лингвистической репрезентации образа солдата НОАК.

Для достижения цели данной исследовательской работы необходимо разрешить ряд определенных **задач**:

- 1) рассмотреть и дать оценку политической системы Китая в 1940-1960гг.
- 2) рассмотреть воздействующую функцию плаката.
- 3) проанализировать исторический образ солдата НОАК.
- 4) проанализировать отобранные плакаты военной тематики.
- 5) рассмотреть и проанализировать вербальные, невербальные и паравербальные средства, использованные в отобранных плакатах.

**Материалом** для исследования послужили тексты плакатов НОАК.

Методологическую базу данного исследования составляет ряд различных методов, а именно:

- 1) метод сплошной выборки.

- 2) переводческий комментарий.
- 3) функциональный анализ.
- 4) описательно-аналитический метод.

**Структура исследования:** данная работа состоит из введения, теоретической главы, практической главы, где проводится разносторонний анализ языкового и визуального материала, заключения, где представлены основные выводы в результате анализа лозунгов, списка использованных источников и приложений.

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИЗУЧЕНИЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ

## 1.1. Политический дискурс как отражение определенной исторической эпохи

Понятие дискурса активно используется в научной сфере таких дисциплин, как лингвистика, философия, политология, социология, антропология и другие. На сегодняшний день нет четкого определения понятия дискурса, охватывающего все случаи его употребления. В разных парадигмах науки, изучающих этот феномен дискурса, исследователи предлагают собственные определения, в которых акцент определяется на свойствах дискурса, актуальных для того или иного подхода.

Политический дискурс является неотделимой частью общественно-политических отношений, формируется и определяет комплексную языковую единицу, знаний и действий. Воплощение политического дискурса происходит с помощью не только языковых вербальных и невербальных средств, но также присутствуют и экстралингвистические факторы, которые объясняются аксиологическим форматом общения, также присутствуют когнитивные структуры, объясняющие обстоятельства существования самого дискурса.

Политической лингвистике совместно с мультидисциплинарностью, как отмечает А.П. Чудинов, присущи такие основные черты современного языкознания, как экспланаторность, функционализм, экспансионизм, антропоцентризм [Чудинов, 2006: 7].

В данной области до сегодняшнего дня нет единой теоретической основы, терминологии и методологии. Но это не исключает необходимости формирования некоторого терминологического и понятийного минимума, который сможет обеспечить систематическую передачу исследуемого материала и взаимопонимание между его исследователями. В виде набора

базисных понятий и терминов, которые охватывают основные проблемы политической лингвистики, можно выделить следующие:

- лингвоментальная или языковая картина политического мира, являющаяся сложным единением таких ментальных единиц, как ментальные поля (ментальные сферы), политические концепты, антиценности и ценности, стереотипы в политическом дискурсе [Новикова, 2016: 111];

- политическая коммуникация и связанные с ней политический дискурс, тактики и стратегии в политической коммуникации, жанры политической речи, политическая фразеология и лексика, политическая сфера и ее уровни, политический текст, политическая речь и политический язык [Чудинов, 2006: 9].

Основным столпом современной политической лингвистики считается дискурсивный подход к исследованию политических текстов.

Дискурс с позиции социолингвистики являет собой общение людей, которое рассматривается с позиций их принадлежности к определенной социальной группе либо применительно к определенной типичной речевой поведенческой ситуации, к примеру, политический дискурс.

Р. Водак говорит о том, что сложные отношения между обществом и дискурсом не могут быть адекватно описаны без сочетания социологических и лингвистических подходов [Wodak, 2006: 181].

Из структуры политического дискурса следует тот факт, что изучение связано с анализом содержания, задач и формы дискурса, который употребляется в определенных ситуациях и лежит оно на пересечении разнообразных дисциплин [Bell, 1995: 46]. Являясь частной дискурсивной разновидностью, политический дискурс как базовое понятие не получил в лингвистике однозначного определения.

Модель институционального дискурса представлена несколькими признаками:

- нейтральные признаки;
- признаки типа институционального дискурса;

- признаки институциональности;
- конститутивные признаки дискурса [Жбанков, 2013].

К конститутивным особенностям институционального дискурса относятся:

- материал, способы, организация, условия и участники общения, т.е. люди, которые рассматриваются в их ситуативно-коммуникативных и статусно – ролевых амплуа;
  - тексты с невербальными включениями;
  - жанр, стиль, тональность, режим и канал общения;
  - членение, развертывание общения, стратегии, цели и мотивы;
- коммуникативная среда и сфера общения.

Признаки институционального дискурса отражают тип социального института, считающийся феноменом культуры, в его материальном и духовном выражении, имеет размытую периферию и жесткое ядро. Как считает В.И. Карасик, общественный институт можно представить в виде сложного фрейма, содержащего людей, которые заняты соответствующей деятельностью, их характеристики, типичные для этого института сооружения, поведенческие стереотипы, общественные ритуалы, мифологемы данного института и тексты, хранимые и проводимые в данном социальном образовании [Карасик, 2007: 193].

К признакам институциональности относится уточнение конститутивных дискурсивных признаков по условиям и целям коммуникации, по линиям участников общения. Институциональное общение, будучи, по сути, представительским, реализует цель поддержания социальных институтов, обеспечения стабильности общественной структуры. Условия институционального общения выделяют контекст в качестве действий ритуального и символического характера, типичных хронотопов, клише и трафаретных жанров [Карасик, 2007: 192].

Нейтральные признаки отражены лично – ориентированными фрагментами коммуникации, строевым материалом дискурса, моментами

институционального дискурса, которым присущи и иным общественным институтам.

Институциональный дискурс – это общение в контексте определенного общественного института, задающего рамки статусно – ролевых отношений [Карасик, 2000: 14].

По мнению Е.И. Шейгал, институциональный дискурс представляет собой дискурс, который осуществляется в социальных институтах, общение в которых считается неотъемлемой частью их организации [Шейгал, 2004: 42].

Главными параметрами институционального дискурса считаются:

- речевые тактики и стратегии, которые обусловлены интенциональной составляющей;
- набор типичных для этой сферы коммуникативных ситуаций – речевых событий;
- представление о типичных моделях речевого поведения при выполнении конкретных социальных ролей;
- ограниченную тематику общения;
- специфический набор интенций [Волкова, 2011: 40–41].

Ставя под сомнение вопрос о наличии «чистых» разновидностей дискурса, типы институционального дискурса имеют скорее исторический характер и условно выделяются. Типы институционального дискурса имеют полевое строение и пересекаются друг с другом.

Тип дискурса включает жанры, подвиды, стратегии, ценности и цели соответствующего типа дискурса, дискурсивные формулы и прецедентные тексты.

Считаясь разновидностью институционального дискурса, политический дискурс тоже имеет несколько отличительных признаков, исследованию и определению которых посвящены исследования различных зарубежных и российских ученых.

Политический дискурс нужно рассматривать как минимум с 3–х позиций:

- индивидуально-герменевтическая позиция, позволяющая установить персональные смыслы интерпретатора и/или автора политического дискурса в конкретных обстоятельствах;
- социопсихолингвистическая позиция, используемая для оценки эффективности достижения политических целей оратора;
- чисто физиологическая позиция, рассматривающая политический дискурс, как и любой другой текст, однако с использованием политического и идеологического фона [Басырова, 2009].

Предназначение политического дискурса – внушение прогнозируемых оценок и/или действий адресату, его понимание невозможно без излюбленных логических переходов и скрытых мотивов, сюжетных схем, фона аудиторий и автора, знаний ожидания, которые существуют в конкретную эпоху [Демьянков, 2002: 43].

К ключевым характеристикам дискурса политической коммуникации относятся оценочность и агрессивность, эффективность, отстаивания своей позиции в дискурсе.

Самым релевантным подходом к анализу структуры политического дискурса считается полевой подход, который позволяет определять сферы его соприкосновения с иными разновидностями неинституционального (бытовой и художественный) и институционального дискурса (научный, религиозный, педагогический, военный, юридический, спортивный, рекламный и пр.) [Шейгал, 2004: 33]. По своей сущности, это тематический содержательный принцип, который основан на типе текстовой референции.

Выделяя особенную роль средств массовой информации в реализации политического дискурса, с помощью которых он становится адресованным к обширной аудитории, публичным, ученые говорят о тенденции к сращиванию дискурса масс-медиа и политического дискурса [Перельгут, Сухоцкая, 2013: 39].

В двух планах можно рассматривать функциональные особенности политического дискурса, а именно:

- с позиции системообразующей интенции политического дискурса;
- с позиции выполнения общих языковых функций [Халатян, 2010: 53].

К наиболее актуальным общеязыковым функциям политической коммуникации относятся: регулятивная/побудительная функция, в частности, такие ее проявления, как запрет и воодушевление. Отмеченная креативность политического дискурса свидетельствует о факте смыкания здесь референтной и магической языковой функций [Шейгал, 2004: 33-34].

Функциональная специфика дискурса политической коммуникации по отношению к другим видам дискурса представлена в его главной функции – применения в виде инструмента политической власти, реализующейся в овладении властью, борьбе за нее, сохранении власти, осуществлении, стабилизации и перераспределении власти. Это предоставляет возможность выделить ключевые функции дискурса политической коммуникации, которые считаются аспектами проявления анализируемой функции: интеграция групповых политических агентов и функции дифференциации, функции атональности и гармонизации, интерпретация и ориентация, акциональная и информационная функция, функция контроля и побуждения [Халатян, 2010: 53].

Кроме институциональности, которая рассмотрена нами выше, к системообразующим признакам политического дискурса можно отнести информативность, смысловую неопределенность, фантомность, фидеистичность, эзотеричность, динамичность, фактор масс-медиа, дистанцированность, авторитарность и театральность.

Эти все признаки имеют определенную специфику, обусловленную интенциональной составляющей в сфере политической коммуникации.

Широкое понимание политического дискурса, которое включает лично ориентированную и статусно-ориентированную коммуникацию, позволяет разделять жанры политического дискурса по оси

институциональности. При расположении их последовательно от максимально институциональных до максимально неформальных:

- официальные встречи представителей государств, международные переговоры;
- политические документы;
- речи политиков, публичные выступления;
- публичные политические дискуссии;
- пресс-конференция;
- политический скандал;
- письма и телеграммы в знак поддержки или протеста;
- слухи, анекдоты, разговоры в очереди с незнакомыми людьми, разговоры о политике с друзьями и в семье.

Стратификация по субъектам политической коммуникации требует разграничения неинституциональных и институциональных разновидностей общения [Халатян, 2011: 44–45].

В общении, включающем институты, выделяются жанры, которые характерны для общественно-институциональной коммуникации линия «общество – институт»:

- выступления на митингах,
- указы избирателей,
- листовки,
- обращения,
- петиции;

Линия «институт – общество»: указ президента, публичные речи политиков, плакаты, призывы, законы, декреты, постановления правительства, коммуникации между агентами в институтах. Публичная сфера: программная речь на партийном съезде, партийная программа, доклад на съезде, выступление премьер-министра на заседании Думы, круглый стол, парламентские дискуссии, встречи политических деятелей, переговоры;

Внутренняя сфера: закрытое заседание, кулуарное обсуждение, служебная переписка и пр.), коммуникации между гражданином и институтом (голосование на выборах, письма граждан к институтам и политикам, телеграммы).

Социокультурная дифференциация жанров дискурса в сфере политической коммуникации, приводящая к формированию политических социолектов, обусловлена разнородностью идеологических ориентаций групповых политических субъектов [Солганик, 2012]. Идеологическая ориентация заложена в основу политического социолекта и определяет его номинативный автономный код, который образован главными словами-идеологемами, специфическим набором речевых тактик, стратегий и жанров.

О.Л. Михалева, понимающая под коммуникативной стратегией план оптимальной реализации коммуникативных намерений, который учитывает субъективные и объективные условия и факторы. В них протекает коммуникационный акт и намерения, которые обуславливают внутреннюю и внешнюю тестовую структуру и применение конкретных языковых средств [Михалева, 2009: 45].

Для реализации коммуникативной стратегии применяется набор тактик, которые predetermined желанием говорящего и представлены совокупностью приемов, объясняющих использование языковых средств.

Под влиянием названных факторов в политическом дискурсе формируются три стратегии. А именно:

1. Стратегия театральности: провокации, иронизирования, предупреждения, прогнозирования, обещания, информирования, размежевания, кооперации и побуждения.

2. Стратегия на повышение, которая обслуживается тактикой самооправдания, отвода критики, неявной самопрезентации, презентации, тактикой анализ – «плюс».

3. Стратегия на понижение, которая реализуется через тактику угрозы, оскорбления, обличения, безличного обвинения, обвинения, тактику анализ-«минус» [Акопова, 2013: 403].

#### 1.2. Воздействующая функция плаката как вида социальной рекламы

По многочисленным сведениям из разных источников, можно установить, что реклама зародилась еще в античную эпоху. Тогда любую информацию распространяли глашатаи.

Кроме того, данные археологии свидетельствуют о том, что на стенах древней Помпеи были обнаружены афиши. Надписи выводились яркими красками, например красным цветом, в местах большого скопления людей. В Древнем Египте рекламу «размещали» на папирусе и продавали. Любопытно, что, помимо прочего, в таких папирусах особое место занимала политическая реклама.

Во второй половине XIX века обретают популярность настенные плакаты и афиши.

Они в значительной степени преобразились благодаря изобретению баварцем Алоизом Зенефельдером литографии. На основе новых технических возможностей возник и новый вид плаката – многокрасочный. Плакатином Ж. Шере были привнесены в плакат «лаконизм, композиционная компактность и красочная контрастность».

Ученый Дэниэль Бурстина отметил: «Реклама стала сердцем народной культуры и даже ее первоосновой ... Мы, вероятно, первый народ в истории, централизованно организовавший массовое производство народной культуры» [Boorstin: 22–23].

История происхождения рекламы показывает, что плакат – важное средство социальной рекламы, которое издавна использовалось властью для управления социумом.

Т.С. Игошина в своей статье говорит: «По сути, цель социальной рекламы – изменить отношение публики к какой-либо проблеме, привлечь внимание людей к конкретным социальным проблемам или сообщить о социальных инициативах властей, а в долгосрочной перспективе – выработать новые социальные ценности» [Игошина: 1].

Очевидно, что устный и визуальный тип рекламирования, которые использовались в работе глашатаев, показали, что социальная реклама имеет большое влияние на культуру. Социальный плакат развивался, начиная с античной эпохи, и становился самой яркой формой выражения рекламы. Понятие «плакат» в каждом языке имеет разные семантические оттенки и коннотации, но в целом несет одну функцию и является самым ярким выразительным средством рекламы.

Художники-плакатысты конструируют культурное поле и эстетические нормы.

Ежедневно работая, дизайнер выполняет ряд задач, перебирает решения той или иной проблемы, пытается найти выход из любой сложившейся ситуации, пробует облегчить жизнь окружающих. Очень точно заметил Н. Джордж в книге Проблемы дизайна: «...дизайнер реально выступает очень часто как “придаток” рекламного агентства промышленной формы, как новый специалист по сбыту товаров. Для него самого несомненна социально-экономическая роль дизайна как средства координации промышленности и торговли» [Нельсон: 19].

Социальная реклама представляет собой важную составляющую культуры и нравственности всего мира в целом. Как заметил О. Феофанов: «Хотим мы этого или не хотим, но реклама не только подсказывает нам стандарты поведения в той или иной ситуации, но и в значительной степени определяет мораль общества и его этические параметры» [Феофанов: 27].

В этой связи стоит вспомнить плакаты времен Первой и Второй мировых войн, которые во всех воевавших странах очень похожи по визуальному ряду и темам пропаганды. Они выполняли такие критично

важные функции, как информирование, пропаганду негативного образа врага и призывы к патриотической активности.

В XXI веке мы по-прежнему являемся свидетелями различных драматических и трагических событий, поэтому такой жанр, как социальная реклама, продолжает жить.

В социальном плакате есть характерные качества формирования целостности в передаче актуальной проблематики. Таким образом, искусство плаката – это некое зеркало, отражающее развитие общества.

Социальная реклама – необходимый атрибут нашей жизни и активный проводник социальной политики.

Поиск нового образа будущего – задача сегодняшнего дня. Именно поэтому социальный плакат становится важнейшим инструментом трансформации современного общества. Как заметил О. Феофанов, «в основе рекламы – информация, причем не только коммерческая, но и социальная, политическая, идеологическая и другая».

До тех пор, пока существуют социальные группы и общество в целом, создание и распространение рекламных плакатов будет актуально, так как они выявляют самые острые проблемы и направляют внимание людей на поиск решений.

У социальной рекламы – две основные задачи: гуманистическая и образовательная.

Гуманистическая охватывает социальные проблемы, образовательная же способствует личностному росту и расширению кругозора. Поэтому особое значение приобретает семиотика искусства, которая охватывает художественные коммуникационные каналы и бесценна для любого социума, указывая на культурные и нравственные ценности с точки зрения этики и эстетики.

Современный плакат испытывает на себе самые разнообразные влияния – это отражение нового технического прогресса, новых образов; построение визуально-композиционного строя; развитие профессиональных

школ; влияние государственной власти на повышение экономики, а также развитие культурной жизни страны.

При создании плаката очень важно передать идею, которая обладает социальной ценностью и отражает твоё отношение и причастность к миру.

Плакатное искусство развивается комплексно, совместно с меняющейся государственной инфраструктурой и преобразованием художественной и культурной жизни страны.

Как показывает практика, в своих работах именно художник-плакатист задаёт социальную значимость и тематическую глубину.

По сути, цели социальной рекламы не изменились, они, как и раньше привлекают внимание публики и сообщают о социальных проблемах, призывая к выработке необходимых культурных ценностей.

Социальная реклама – это целая система, которая может, как поддержать и нормализовать современное общество, так и повлиять на различные слои социума, сохранить и обогатить культурные ценности.

### 1.3. Лингвистический инструментарий плаката как вид мультимодального текста

Плакаты представляли и продолжают представлять собой один из наиболее востребованных видов пропагандистского текста, а именно лозунгов, как в Китае, так и во всем мире. Следовательно, плакат, будучи самым доступным из возможных форм воздействия на население, стал наиболее употребимой формой идеологического инструмента, который служит для пропагандирования и обширного распространения социально-политических мнений в обществе.

Согласно определению, сформулированному О.К. Ирисхановой плакат представляет собой «особый коммуникативный жанр, который располагается на пересечении массовой пропаганды и искусства и оказывает комплексное воздействие эмоционального, рационального, этического и

эстетического типов на массового реципиента» [Ирисханова, 2012: 320]. Г.Л. Демосфенова отмечает, что плакат является, прежде всего «произведением искусства, лаконичное, броское изображение с кратким текстом, который чаще всего выполнен в агитационных, рекламных или информационных целях» [Демосфенова, 1962: 9].

Однако в рамках данной исследовательской работы наиболее уместным можно считать определение, предлагаемое Е.Ю. Ходусом: «плакат представляет собой мультимодальный (креолизованный) текст, в котором вербальное сообщение, содержащее основополагающую информацию, вплетено в контекст невербального пространства, основная задача которого – формирование эмоционального коммуникативного канала» [Ходус, 2011: 124].

Из этого следует, что рассматривая плакаты как ведущий вариант мультимодального текста, необходимо пояснить, что к мультимодальным текстам в основном относятся тексты, необходимым атрибутом которых наряду с вербальными средствами, выступают изобразительные компоненты, определяющая функция которых – аттрактивная, то есть функция завлечения, привлечения внимания адресата.

В контексте лингвистики текста мы будем руководствоваться определением, предложенным Е.Е. Анисимовой, которая подразумевает под мультимодальным тестом «лингвовизуальный феномен, текст, в котором вербальный и изобразительный компоненты образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, обеспечивающее его комплексное прагматическое воздействие на адресата» [Анисимова, 1992: 73].

Согласно исследованию Н.П. Кругликовой аттрактивная функция плаката по большей части осуществляется с помощью изображений. Являясь по своей природе сильным визуальным возбудителем, изображение притягивает на себя внимание адресата и побуждает его наиболее полно ознакомиться с наполнением плакатного лозунга, вызывая ответную реакцию.

Помимо аттрактивной функции, изображение выполняет как эстетическую, так и экспрессивную функцию, которая осуществляется в умении передать эмоции и впечатления адресата, а также оказывает влияние на эмотивную сферу. В сумме с изображением, важную роль в совершении прагматического влияния плаката играют и иные паралингвистические средства.

Как правило, они обладают неязыковой основой, однако часто употребляются в качестве вспомогательных средств относительно к вербальным средствам, для внесения добавочных оттенков в содержание плакатного текста (лозунгов). Эти средства могут выполнять разные функции. Наиболее распространенными являются: аттрактивная, смысловыделительная, символическая, экспрессивная и эстетическая [Кругликова, 2005].

К подобным паралингвистическим средствам относятся:

- цветовая гамма;
- варьирование шрифтов;
- расположение строк в стиле традиционного письма.

Вследствие того, что плакат относится к мультимодальным текстам, представляющим собой единство вербального и невербального компонентов, кажется рациональным рассмотреть сами плакаты, с точки зрения их паралингвистических средств, в том числе и самих изображений.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

В данной главе выпускной квалификационной работы были рассмотрены такие темы как политический дискурс, а также влияние на плакаты и лозунги.

Предназначение политического дискурса – внушение прогнозируемых оценок или действий адресату, его понимание невозможно без излюбленных логических переходов и скрытых мотивов, сюжетных схем, фона аудитории и автора, знаний ожидания, которые существуют в конкретную эпоху, также была рассмотрена воздействующая функция плаката в различных его проявлениях.

В данной главе также был рассмотрен плакат в контексте социальной рекламы, ее история и функции. Было установлено, что социальная реклама – это система, которая сможет как поддержать и нормализовать современное общество, так и повлиять на различные слои социума, сохранить или обогатить культурные ценности. А следственно, плакат является одним из ее видов. Также были установлены задачи социальной рекламы: гуманистическая и образовательная.

Также в данной части работы было установлено, что плакат относится к мультимодальным текстам, представляющим собой единство вербального и невербального компонентов.

Был рассмотрен лингвистический инструментарий плаката, его особенности и функции данного инструментария. Также было установлено, что привлекающая, или иными словами аттрактивная функция в основном находит свое проявление в изобразительной или же графической составляющей плаката. Плакаты представляли и продолжают представлять собой один из наиболее востребованных видов пропагандистского текста, а именно лозунгов, как в Китае, так и во всем мире. Следовательно, плакат, будучи самым доступным из возможных форм воздействия на население, стал наиболее употребимой формой идеологического инструмента.

## ГЛАВА 2. СПЕЦИФИКА СРЕДСТВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СОЛДАТ НОАК

В практической главе данного исследования мы детально рассмотрим и проанализируем китайские лозунги, посвященные теме «солдат НОАК» с точки зрения их лингвистических особенностей, а именно средств наиболее эффективного воздействия на массового адресата, в основе которых лежит лингвистическая репрезентация. Материалом исследования послужили 64 плаката, отобранные из фотографий, размещенных на китайских, английских и российских интернет-сайтах по запросу «лозунги, плакаты, листовки, армия» / «标语, 海报, 传单, 军队».

### 2.1. Историческая справка о солдатах НОАК. 1921–1949: подъем КПК и Красной Армии

В текстах китайской истории этот период борьбы ограничен с одной стороны основанием КПК, а с другой – ее победой над Гоминьданом. Это был период почти непрекращающихся войн в Китае. Хотя Гоминьдан и КПК дважды объединялись для борьбы с общим врагом, их идеологические и личные противоречия сохранялись повсюду.

Большую часть этого периода Красная Армия находилась в бегах, ее ряды были заполнены бедными крестьянами, которые были голодны, плохо одеты и плохо обучены. Когда гражданская война в Китае возобновилась после окончания Второй мировой войны, Красная Армия постепенно перешла к более массовой тактике боя и в конечном итоге объединила свои разрозненные силы в единую «Народно-освободительную армию». Однако она продолжала считать себя непревзойденной, по существу партизанской армией.

1949–1979: «Новый Китай», послеосвободительные войны и Великая пролетарская культурная революция.

Придя к власти благодаря победам Красной Армии, КПК основала Китайскую Народную Республику 1 октября 1949 г., восстановив свой престиж и власть, утраченные в 1840 г.

Однако многое еще предстояло сделать. «Новый Китай» оставался бедным, преимущественно сельским и разрушенным войной. В последующие 30 лет китайская модернизация продвигалась вперед огромными шагами.

В этот период НОАК участвовала в ряде конфликтов, больших и малых, за пределами Китая. Хотя сторонние наблюдатели считают исход многих из этих конфликтов неоднозначным, НОАК изображает каждый из них как явную военную и моральную победу китайских войск.

В конце 1960-х НОАК была втянута в политический и социальный хаос, расколовший Китай во время «Великой пролетарской культурной революции».

В этот период Мао призывал массы студенческих «красногвардейцев» осуждать и наказывать любого, кого считали «правым», иногда собственных родителей, учителей и других авторитетных фигур. По мере эскалации хаоса для подавления некоторых фракций Красной гвардии была привлечена НОАК, иногда с применением силы.

Культурная революция глубоко подорвала моральные силы НОАК. Его усилия по модернизации были остановлены, поскольку членам было приказано сосредоточиться на идеологических проблемах, а не на обучении и подготовке. Все учебные заведения Китая, гражданские и военные, были закрыты. Поэтому поколения, достигшие совершеннолетия в этот период, – те, кто сейчас находится в высших эшелонах НОАК, – не смогли получить серьезного профессионального военного образования до окончания этого периода, когда они уже находились в НОАК почти 20 лет. Сегодняшняя НОАК признает большие неудачи, которые она испытала в результате этого хаотичного периода.

Когда Мао умер в 1976 году, Культурная революция фактически закончилась. Преемник Мао Дэн Сяопин занялся профессионализацией и

модернизацией НОАК. Он вновь открыл военные академии, начал долгосрочный процесс сокращения численности НОАК, обновил оперативную доктрину и режимы обучения, а также начал знакомить НОАК с иностранными идеями и обмениваться мнениями с иностранными военными. В 1978 году он объявил о начале периода «реформ и открытости», тогда Китай начал модернизировать свою экономику, общество и вооруженные силы.

НОАК рассматривает события 19-го и начала 20-го веков как свидетельство того, что западные державы в основе своей хищны, жадны и агрессивны. Некоторые ученые НОАК сегодня утверждают, что это давняя ориентация, и пишут, что западные страны исторически были «рабовладельческими государствами, которые часто начинали захватнические и грабительские войны, чтобы расширить свои территории, разграбить богатства и расширить сферу своего влияния».

Как утверждают создатели НОАК, стратегическая традиция Китая отличается постоянным стремлением к миру. Китай ведет войну только тогда, когда все другие средства обеспечения мира не сработали. В текстах НОАК далее заявляется, что Китай никогда не питал территориальных амбиций против других стран. Соответственно, НОАК характеризует все китайские войны как оборонительные действия против захватчиков.

Любая конфронтация между вооруженными силами Китая и другой страны изображается как результат агрессивных действий другой страны или же «гегемонии».

Маоистский военный принцип «активной обороны» опирается на описание НОАК своей миссии как чисто оборонительной, утверждая, что Китай нанесет удар только после того, как противник нанесет удар. Любопытное утверждение, учитывая, что КНР наносила первые удары в ряде военных действий за пределами своих границ.

Тем не менее, публикации НОАК последовательно интерпретируют военные действия Китая как вызванные явной угрозой национальной безопасности Китая.

#### Интерпретация Активной Обороны

НОАК оправдывает военные действия против других стран, проводя в своих трудах различие между «стратегической атакой» и «тактической атакой».

Стратеги НОАК утверждают, что принцип «активной обороны» позволяет Китаю нанести первый тактический удар при «стратегической угрозе». «Стратегические атаки» определяются не только против китайских вооруженных сил, но и против суверенитета Китая, китайского народа или политического контроля КПК, включая использование «враждебных сил, таких как религиозные экстремисты, национальные сепаратисты и международные террористы».

Таким образом, либо военные атаки на территорию КНР, либо политические атаки на КПК могут оправдать контратаку НОАК.

#### 2.2. Вербальные средства, использованные в отобранных плакатах

Основное, на что делают упор составители и дизайнеры плакатов, это их яркость, запоминаемость, образность и поэтичность (благозвучие). Предполагаемым средством обладают многие риторические фигуры речи, тропы и способы образности. Вследствие этого, они считаются общедоступным средством реализации лингвистической репрезентации. Рассматривая различные плакаты, мы предприняли попытку выделить лингвистические приемы репрезентации, которые придают лозунгам наибольшую красочность и привлекательность. Этими приемами реализации репрезентации китайском дискурсе оказались следующие речевые фигуры:

### 2.2.1. Императивные конструкции как средство диологизации

Диологизация изложения является персуазивным средством, которое способствует быстрому установлению контакта между адресатом и адресантом, говоря иными словами данное персуазивное средство способно сократить дистанцию между адресатом и адресантом сообщения с помощью употребления императивов [Чернявская, 2006]. Рассмотрим следующие примеры (более подробно см. Приложения А, Б):

«提高警惕严防阶级敌人的破坏活动» – Поднимайте бдительность и остерегайтесь саботажа со стороны классовых врагов.

«提高警惕 保卫祖国» – Будьте бдительны, защищайте Родину.

«提高警惕 随时准备歼灭入侵之敌» – Будьте бдительны и готовы уничтожить вторгшегося врага.

«提高文化，向现代化，正规化国防军前进!» – Поднимайте культуру, создавайте модернизированную, регулярную армию для обороны страны!

«提高警惕 严防火灾发生» – Повышайте бдительность, а также принимайте строгие меры предосторожности против пожаров.

Данные лозунги побуждают проявлять большую осторожность и бдительность в самых различных вопросах, от защиты территории страны до бытовых вопросов противопожарной безопасности.

«勤学苦练，提高射击技术。」 – Усердно учитесь и тренируйтесь, чтобы улучшить свои навыки стрельбы.

«努力奋斗建设强大的海军» – Усердно работайте над созданием сильного флота.

«努力学习，提高文化水平。」 – Усердно учитесь и повышайте свой культурный уровень.

Данные лозунги побуждают к усердной работе и обучению, а также развитию культурного уровня, что являлось целью Китая на протяжении всей его долгой истории. Непрерывное накопление знаний и развитие культуры

является необходимостью для успешного государства, которое стремится к дальнейшему процветанию и эффективному развитию.

«抗美援朝，保家衛國!» – Сопровивляйтесь агрессии США и помогайте Корее, защищайте родину, защищайте страну!

«抗美援朝，救隣自救!» – Сопровивляйтесь агрессии США и помогайте Корее, спасайте своих соседей!

«全世界人民团结起来，打倒美帝！打倒苏修（打倒各国反动派！）» – Народы мира, объединяйтесь для победы над империалистами США! Свергнуть советских ревизионистов (свергнуть реакционеров разных стран)。

Данные лозунги связаны с политической враждой, они необходимы для создания образа всеобщего врага в лице другой страны. Это поднимает авторитет правящего аппарата в глазах народа, а также позволяет мобилизовать человеческий ресурс для осуществления проектов, невыполнимых в ином политическом климате.

Так как около полувека назад, население Китая имело сравнительно низкий уровень общего образования, плакатный жанр имел большое влияние на массы ввиду его доступности и понятности для народа.

«保衛偉大的祖國» – Защищайте великую родину.

«加强军民联防随时准备歼灭入侵之敌» – Укрепляйте совместную военно-гражданскую оборону и будьте готовы в любой момент уничтожить вторгшегося врага.

«陆地猛虎水上蛟龙» – Будь яростным тигром на суше, в воде будь драконом вызывающим потоп.

«时刻准备着打击侵略者» – Будьте всегда готовы нанести удар по агрессорам.

«狠揍空中强盗» – С силой отбивайтесь от врагов в космосе.

«练好本领保卫祖国。» – Хорошо работайте над базовой подготовкой, чтобы защитить родину.

«顽强锻炼，增强官兵体制» – Будьте неукротимы на тренировках, укрепляйте телосложение офицеров и солдат.

«发扬革命传统永远前进» – Продолжайте революционную традицию и всегда идите вперед.

«团结起来，争取更大的胜利» – Объединяйтесь для еще больших побед.

В общих чертах лозунги данного направления выражают однотипные идеи. О защите родины, о беспрестанном развитии и укреплении общественного строя для повышения бдительности граждан касательно как тривиальных повседневных проблем, так и более глобальных политических трудностей, с которыми может столкнуться не только любой отдельно взятый человек, но и все общество в целом.

### 2.2.2. Метафора, метонимия, сравнение

Метафоры, метонимии и сравнения также как и другие, обнаруженные нами средства выразительности, широко используются в отобранных плакатах.

«军民团结一条心试看天下谁能敌» – Армия и народ в едином устремлении ищут, врагов Китая.

Лексема «一条心» дословно означает «единую волю, общее устремление, придерживаться одного мнения». Что является попыткой повышения доверия обычных граждан к представителям таких силовых структур как, например армия.

«战无不胜的毛泽东思想照亮了革命艺术舞台!» – Непобедимая мысль Мао Цзэдуна озаряет сцену революционного искусства!

Лексема «照亮» дословно означает «освещать, озарять», что является примером метонимии, используемой для обозначения проводимой партийным аппаратом просветительской работы с населением. Это

необходимо как для повышения базового уровня образования профессиональных кадров в связи с все более растущими потребностями развивающейся китайской промышленностью, так и для ведения пропагандистской и агитационной работы для повышения уровня доверия к власти и проводимой ей политике.

В данном лозунге также используется китайская поговорка (чэньюй), которая образно означает непобедимость, непреодолимость, победоносность.

«陆地猛虎水上蛟龙» – Будь яростным тигром на суше, в воде будь драконом приносящим потоп.

В данном лозунге в качестве образов выступают зооморфные символы «猛虎», «蛟龙». Лексема «猛虎» означает тигра (яростного/свирепого тигра). Вторая лексема «蛟龙» чуть более интересна, она является мифологемой и означает дракона, вызывающего потоп, который является частью легенды о боге грома.

«祖国建设花怒放提高警惕防虎狼» – Нация перестраивается и расцветает, наша бдительность возрастает, мы защищаемся от тигров и волков.

В данном примере в качестве образа предстает зооморфная лексема сравнения «虎狼», которая в образном значении является выражением злости и свирепости, а также служит нарицательным для подлого человека или бандита.

В данном лозунге также используется метафора «花怒放» – «распускаться, расцвести подобно цветам». Употребление подобных лексем обусловлено культурными особенностями.

«胸怀仇恨弹无虚发» – С ненавистью в сердце каждый ваш выстрел будет верным.

В данном лозунге используется чэньюй «弹无虚发», который образно означает стрельбу без промаха.

«军民联防铁壁铜墙» – Армия и народ держат железные валы и медные стены.

В данном лозунге используется китайская поговорка (чэньюй), которая образно означает неприступную крепость, непреодолимую преграду.

«人民子弟兵» – Наши ребята – бойцы из народа.

Данная лексема «子弟兵» / «наши ребята, народные бойцы» является устоявшейся формой речи используемой для солдат НОАК, а так же для обозначения дружественных войск. Также данная лексема выражает единство и сплоченность народа и вооруженных сил КНР.

«帝国主义和一切反动派都是纸老虎» – Империализм и все реакционеры - бумажные тигры.

Лексема «纸老虎» имеет образное значение «бумажный тигр», что может быть интерпретировано как общеизвестное крылатое выражение «колосс на глиняных ногах». Оно несет значение ненадежности и неустойчивости.

### 2.2.3. Использование чэньюев в лозунгах

Использование пословиц (чэньюев) в пропагандистских материалах, таких как плакаты, обусловлено их запоминаемостью и созданием ассоциативного ряда на когнитивном уровне, элементом присутствия и общности. Они действуют на большую часть общества, так как являются простым и понятным способом донесения мысли до более широкого круга лиц. В отобранных нами материалах присутствуют различные варианты чэньюев, например:

«军民联防铁壁铜墙» – Армия и народ держат железные валы и медные стены.

В данном лозунге используется чэньюй «铁壁铜墙», который образно означает неприступную крепость, непреодолимую преграду. Дословно

данная поговорка переводится как «Железная стена и медная стена». Это может трактоваться как термин «оборона», а также выражать стойкость и непоколебимость, как простого народа, так и армии.

«胸怀仇恨弹无虚发» – С ненавистью в сердце каждый ваш выстрел будет верным.

В данном лозунге используется чэньюй «弹无虚发», который образно означает стрельбу без промаха. Дословно данная поговорка переводится как «Пуля не будет выпущена впустую». Он употребляется в контексте лозунга направленного против классового врага, а также является направляющим для поведенческих реакций по отношению к данному врагу.

«战无不胜的毛泽东思想照亮了革命艺术舞台!» – Непобедимая мысль Мао Цзэдуна озаряет сцену революционного искусства!

В данном лозунге используется чэньюй «战无不», который образно означает непобедимость, непреодолимость, победоносность. Дословно данная поговорка переводится как «Нет такой войны, которая не была бы выиграна».

#### 2.2.4. Патриотические лозунги

Огромную часть всех отобранных и проанализированных плакатов составляют именно патриотически направленные варианты, так или иначе возвышающие партию, армию, народ, революцию или же председателя Мао.

Данные лозунги являются распространенным явлением, так как плакаты были наиболее доступным и понятным общественности выражением политического и социального курса китайской действительности того времени.

Очевидной тенденцией является попытка плакатного жанра данного периода китайской истории так или иначе создать положительный образ действующей власти: это проявляется в том, что на многих отобранных нами

плакатах представители силовых структур, чиновничество и другие партийные функционеры предстают в образе защитников, наставников и просветителей простого китайского народа.

«野营训练炼红心永远紧跟毛主席» – Тренировочные походы «Красные сердца» всегда будут следовать за Председателем Мао

«紧跟毛主席伟大战署部署 掀起革命大批判的新高潮» – Следите за развертыванием великого военного плана председателя Мао и вызовите новый всплеск революционной критики.

«毛主席的无产阶级革命路线胜利万岁» – Да здравствует победа пролетарско-революционной политики Председателя Мао!

«太阳就是毛主席太阳就是共产党。纪念中国共产党诞 46 周年» – Солнце – это Председатель Мао, а солнце – это Коммунистическая партия. К 46-летию Коммунистической партии Китая

«敬祝伟大的领袖毛主席万寿无疆万寿无疆» – Желаю великому лидеру Председателю Мао долгих лет жизни.

В данном лозунге используется чэньюй «万寿无疆», который образно выражает пожелание долголетия. Дословно же он переводится как «десятки тысяч лет жизни без конца».

Данные лозунги являются производными культа личности воздвигнутым лидером Китая Мао Цзэдуном во время его правления, он поддерживался внутренним аппаратом правления и пользовался огромной популярностью среди простого населения. Заданное направление развития страны хоть и привело к огромному скачку в промышленности и разнонаправленному улучшению всенародного уровня образованности, в конечном итоге привело страну к огромному кризису.

Не смотря на то, что во внутренней политике большинства идей Мао китайцы давно не придерживаются, в других странах они по-прежнему поддерживают группы маоистов, используя их деятельность как инструмент собственной политики.

«为革命一不怕苦二不怕死» – За революцию один не боится страданий, другой не боится смерти.

«英雄黄继光» – Герой Хуан Цзигуан.

«董存瑞舍身炸碉堡» – Дун Цуньруй пожертвовал собой, чтобы взорвать бункер.

Данные лозунги также являются свидетельством прославления народных героев, которые отбросили личные стремления ради достижения общего блага. Они подталкивают реципиентов данных лозунгов на схожие деяния во имя народа, партии и страны.

«製會分國中動運略代反際國» – Движение Центрального Комитета Совета по предотвращению контрреволюции.

«从政治上思想上理论上彻底批倒批臭中国的赫魯曉夫» – Политически, идеологически и теоретически основательно критиковать Хрущева, критиковавшего Китай.

«伟大的中国人民解放军万岁!» – Да здравствует великая Народно-освободительная армия Китая!

«胸怀祖国 放眼世界» – Жить интересами своей Родины

В данном лозунге используется чэньюй «放眼世界», который образно выражает «обратить взор на весь мир». Дословно его можно перевести как «дать волю взору взглянуть на мир вокруг».

«在社会主义道路上乘胜前进» – Вперед по пути социализма

Лексема «乘胜前进» образно переводится как «идти от победы к победе». Дословно ее можно перевести как «воспользоваться чередой побед и продвигаться вперед».

В общем и целом патриотические лозунги используются отчасти как способ не только эмоциональной манипуляции общественным сознанием, но и как способ пропаганды подвигов отдельных личностей, которые будут еще долгие годы являться примером для подражания не только общества в конкретный период времени, но и его потомков.

Подводя итог, мы можем сказать, что ярко выраженным смысловым центром выбранных лозунгов служит идея сплочения общества, принадлежащего к одной культуре.

Языковые средства конструирования лозунгов, рассмотренные нами в данном разделе, делают его китайский вариант наиболее красочным и эффективным, цепляющим. Этому способствует как его полисемичность и красота выражений, так и глубокая смысловая сторона, апеллирующая к важнейшим многовековым ценностям, имеющимся в обыденном сознании любого представителя китайской нации.

Вышеперечисленные языковые средства персуазивности также являются главным средством привлечения внимания адресата, создания броского и понятного образа. Идеи, продвигаемые китайскими лозунгами, преимущественно способствуют построению единого социалистического общества.

### 2.3. Невербальные и паравербальные средства, использованные в отобранных плакатах

Выбранные нами плакаты, являясь средством воздействия на адресата, воздействуют на зарождение идеологических установок и стереотипов, которые в конечном итоге приводят к формированию определенного поведенческого паттерна, а также образованию отдельной системы жизненного уклада и ценностей в менталитете китайского народа.

Плакат, главной задачей которого является влияние на мировосприятие и мироощущение всего населения, активно использует существующие методы оформления, которые включают в себя использование как образов и символов богатой и обширной китайской национальной культуры, так и различных паралингвистических средств.

Рассмотрим некоторые из примеров:

### 2.3.1. Цветовой спектр

В азиатской, а именно в китайской лингвокультуре символика цвета имеет свою чрезвычайно важную роль, так как она выполняет ряд разнообразных функций. Например, конкретная цветовая палитра способна вызвать определенные ассоциации с абстрактными понятиями у всей нации. Это можно назвать символической функцией цвета. Восприятие цвета в китайской лингвокультуре привязано к ценностной и философско-мировоззренческой картиной мира.

В китайской символике цвет содержит большую смысловую нагрузку, так самый важный и часто встречаемый цвет в китайской культуре это красный. Данный цвет с древних времен ассоциируется с силой, властью, процветанием, радостью, а также он символизирует удачу.

Следовательно, применение красного цвета на плакатах имплицитно означает создание могущественного и процветающего китайского государства. Плакаты, подтверждающие вышесказанное (см. Рис. 1, 2).



Рисунок 1. «敬祝伟大的领袖毛主席万寿无疆万寿无疆»



Рисунок 2. «紧跟毛主席伟大战略部署 掀起革命大批判的新高潮»

Говоря об экспрессивной функции цвета в плакате, которая находит свою основу в способности правильно-подобранной цветовой гаммы оказывать эмоционально-психологическое воздействие на массового адресата, и, вследствие этого влиять на настроение адресата, то комбинация красного и желтого цветов является часто используемой в плакатах, так как сочетания данных цветов придают плакатам оптимистичный настрой. Рассмотрим примеры ниже (см. Рис. 3, 4).

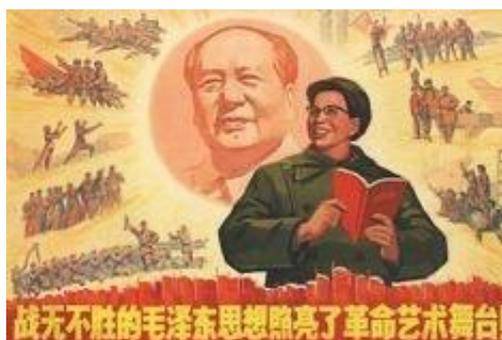


Рисунок 3. «战无不胜的毛泽东思想照亮了革命艺术舞台!»



Рисунок 4. «毛主席的无产阶级革命路线胜利万岁»

Цветовое оформление плакатов, также состоит из таких цветовых сочетаний как зеленый и голубой, которые ассоциируются у китайцев с чистотой и здоровьем. Из этого следует, что плакаты, отобранные нами, отражают не только могущественное государство, но и построение, и поддержание экологически – чистой окружающей среды обитания в Китае (см. Рис. 5, 6).



Рисунок 5. «提高警惕 严防阶级敌人的破坏活动»



Рисунок 6. «人民子弟兵»

Роль смысловаражающей функции цвета состоит в выделении отдельных лексем и словосочетаний. Этот метод оформления привлекает внимание адресата и способствует скорому восприятию важных для понимания и запоминания элементов текста. Рассмотрим применение вышеупомянутой функции на примере некоторых отобранных нами плакатов. (Рис. 7, 8, 9).



Рисунок 7. «练好本领保卫祖国。»



Рисунок 8. «製會分國中動運略代反際國»



Рисунок 9. «全世界人民团结起来,打倒美帝!打倒苏修(打倒各国反动派!)»

### 2.3.2. Расположение строк в стиле традиционного письма

Одним в числе наиболее часто актуализированных методов построения лозунгов в Китае, который имеет достаточную точку притяжения интереса для адресата, является расположение строк в стиле традиционного письма. Подражание старинной китайской письменности, а именно применение метода вертикального письма и параллельного формирования китайского текста является одним из методов традиционного письма. В нижеприведенных плакатах прослеживается использование одно из приемов древнекитайского письма, а именно вертикальное письмо. Данный вариант письменности читался сверху вниз, справа налево. Рассмотрим описанный нами способ на примере некоторых из отобранных нами плакатов (см. Рис. 10, 11, 12).



Рисунок 10. «董存瑞舍身炸碉堡»



Рисунок 11. «太阳就是毛主席太阳就是共产党。纪念中国共产党诞 46 周年»



Рисунок 12. «神圣的使命»

### 2.3.3. Варьирование шрифтов

Шрифт является собой присущий компонент композиции мультимодального текста, иначе говоря, лозунга, в тоже время его привлекательная функция отвечает за то, чтобы адресат был способен издали увидеть его и ознакомиться с содержанием плаката. Следовательно, путем изменения кегля шрифта отдельного иероглифа может достигаться смена смысловой значимости всего послания лозунга (см. Рис. 13).



Рисунок 13. «禧新賀器»

Помимо прочего, шрифты также обладают экспрессивной функцией, основой которой являются разнообразные эмоционально-выразительные качества, иными словами, различные его варьирования привлекают внимание массового адресата и могут быть источником экспрессии.

Так, применение того или иного шрифта может быть обусловлено содержанием самого лозунга, но, вместе с тем, за разными видами шрифтов могут имплицитно подразумеваться определенные ассоциации.

Например, за счет имитации каллиграфического почерка, главной особенностью которого является эстетическая черта, призванная завладеть вниманием адресата проявить на бумаге гармонию духа и движения, и тем самым оказать на него определенное эмоциональное воздействие, шрифт нижеизложенных лозунгов ассоциируется у китайского народа с китайскими

многовековыми традициями. Лозунги, стилизованные под так называемое «рукописное» письмо, весьма распространены в Китае, так как за счет имитации письма от руки, рукописный шрифт лозунгов является индикатором разговорной речи, обращенной к адресату и все больше интимизируют коммуникацию (см. Рис. 14).



Рисунок 14. «群丑图 - 把反革命修正主义分子揪出来示众»

#### 2.3.4. Изображение идеологических и героических символов нации

В векторе изобразительного и других видов искусства того времени в значительной степени преобладали изображения идеологических лидеров, а также национальных, иногда военных героев. В качестве основного и наиболее важного символа в культуре Китая того времени изображался лидер страны, а именно Мао Цзэдун. Среди народа распространялись его сборники цитат, некоторые из них находили свое отражение в плакатах (см. Рис. 15).



Рисунок 15. «不到长城非好汉»

В данном примере в качестве лозунга приводится цитата из стихотворения Мао Цзэдуна «清平乐·六盘山», которая переводится как «Не дойдя до Стены Великой, Не зови себя сыном Китая».

В данных строках мы можем наблюдать не только призыв быть стойкими и решительными, но и проследить серьезную решительность и суровость в отношении страны к своей армии и гражданам в целом.

Отдельно стоит упомянуть плакаты, на которых изображаются военные герои Китая (см. Рис. 10, 16).



Рисунок 10. «董存瑞舍身炸碉堡»

Перевод данного плаката «Дун Цуньжуй пожертвовал собой, чтобы взорвать бункер».

Во время боя, добрался под плотным огнем до бункера, но не найдя подходящего места для укрепления взрывчатки, с криками «За новый Китай!», взорвал заряд, убив себя и разрушив бункер.

Посмертно награжден:

- «Медалью за храбрость».
- Орденом «Мао Цзэдуна».
- Его отряд стал именоваться «Отрядом образцовой выучки Дун Цуньжуя».

Самопожертвование Дун Цунь-жуя было предано широкой огласке Коммунистической партией Китая, назвавшей его «Героем» и «Образцовым коммунистом», известность Дун Цуньжуя в Китае сохраняется до сих пор. Путь Дун Цуньжуя и его подвиг были экранизированы в 1955 году режиссером Го Вэем в фильме «Дун Цуньжуй», и в телесериале «Вперед, за новый Китай!».

История Дун Цуньжуя также включена в учебники для начальной школы в Китае.



Рисунок 16. «英雄黄继光»

Перевод данного плаката «Герой Хуан Цзигуан».

Согласно официальной версии Хуан Цзигуан во время штурма занимаемой высоты заслонил своим телом пулеметное окно, обеспечив достаточное для дружественных сил время для штурма.

Он был награжден наградами:

- Орденом Государственного флага.
- Посмертно ему было присвоено звание «Боевой герой второго класса», которое позже было повышено до «боевого героя особого класса».

Правительство Северной Кореи вопреки его принадлежности к вражеской стороне также наградило Хуана:

- Званием «Герой Корейской Народно-Демократической Республики».
- Медалью «Золотая звезда».

- Орденом Государственного флага первой степени.

В честь Хуан Цзигуана сейчас названа рота воздушно-десантного корпуса ВВС Народно-освободительной армии.

Отдельно стоит упомянуть факт того, что различные изображения вождя того времени, Мао, используются на 9 из 65 отобранных нами плакатов. Вне зависимости от направленности данных плакатов, будь то военные, социальные или политические их варианты (см. Рис. 17, 18, 9, 1, 3).



Рисунок 17. «无产阶级联合起来工农兵联合起来一定要解放台湾»



Рисунок 18. «热烈欢呼 1967 年秋季中国出口商品交易会的胜利召开!»



Рисунок 9. «全世界人民团结起来,打倒美帝!打倒苏修打倒各国反动派!»



Рисунок 1. «敬祝伟大的领袖毛主席万寿无疆万寿无疆»

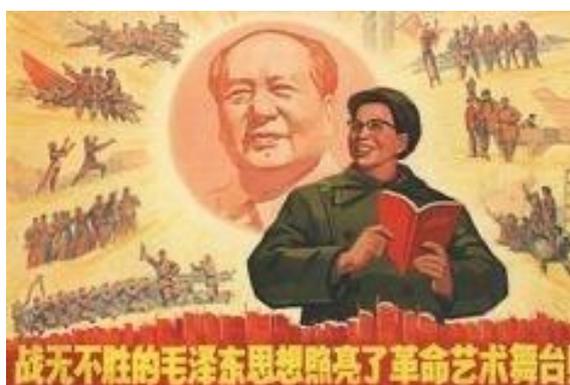


Рисунок 3. «战无不胜的毛泽东思想照亮了革命艺术舞台!»

На рисунках 1, 3 и 9 мы можем видеть, что Мао изображается в образе солнца, возвышаясь над народом. В абсолютном большинстве культур солнце являет собой основной символ дарующий тепло, свет или энергию. Оно часто воспринимается как верховное божество или как воплощение всепроникающей и всепокрывающей власти.

Данный факт можно объяснить огромным влиянием его личности на все слои населения, что вкупе с разнонаправленностью отобранных нами плакатов говорит об активной пропаганде, как ценностей, так и взглядов среди как обычного населения, так и армии.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

В данной главе выпускной квалификационной работы были рассмотрены основные языковые средства персуазивности на материале лозунгов плакатов Китая 1940-1960гг. В ходе анализа было выявлено, что основополагающая цель отобранных лозунгов заключается в том, чтобы убедить и склонить массового адресата в необходимости совершения или не совершения того или иного действия. Направленного главным образом на реализацию социально-политического курса того времени путем применения определенного ряда языковых и изобразительных средств персуазивности, таких как: метафора, метонимия, сравнение, императивные конструкции, а также изображение героев и важных личностей как средство диалогизации.

Результаты количественного исследования показали, что языковые средства, а именно метафора, сравнение и императивные конструкции как средство диалогизации используются наиболее часто в конструировании данных лозунгов. Данные средства персуазивности делают лозунги лаконичными художественными произведениями, придают им наибольшую привлекательность, броскость и запоминаемость.

Установленный нами наиболее эффективный способ распространения лозунгов является способ, в основе которого лежит распространение плакатов, содержащих данные лозунги. Таким образом, плакат, будучи доступным для всех слоев населения, является одним из главных идеологически направленных инструментов, который служит для широкого распространения и пропагандирования выбранного социально-политического курса по всему Китаю.

Один из главных выводов данного исследования основывается на том, что плакат принадлежит к мультимодальному типу текста, под которым мы понимаем лингвовизуальный феномен, текст, в котором вербальный и изобразительный элементы создают одно структурное, визуальное, смысловое и функциональное единство, обеспечивающее его комплексное

прагматическое воздействие на адресата. В качестве невербальных компонентов в настоящем исследовании выступают паралингвистические средства, включающие цветовую гамму, варьирование шрифтов, расположение строк в стиле традиционного письма и изобразительные элементы, представляющие собой метафорические символы, основными функциями которых являются аттрактивная, смысловыделительная, символическая, экспрессивная и эстетическая функции.

В ходе подробного анализа было выяснено, что паралингвистические средства играют важную роль в конструировании плаката. Одним из основных паралингвистических средств, отражающих идеологические стереотипы китайцев, является цвет плаката.

Цветовая гамма выполняет символическую функцию (так, все плакаты, проанализированные нами, выполнены или частично содержат ярко красный цвет, который ассоциируется у китайской нации с созданием могущественного и процветающего китайского государства, зеленый, голубой цвета, создающие параллель с пропагандой чистоты и здоровья). Экспрессивную функцию (так, комбинация желтого и красного цветов часто применяется в плакатах, так как сочетания данных цветов придают плакатам оптимистическую тональность). Смысловыделительную функцию (выделение определенным цветом отдельных идеограмм и словосочетаний в лозунге, которая акцентирует внимание адресата, на важные для понимания и восприятия участки текста, а также способствует их быстрому запоминанию).

Помимо цветовой гаммы, важную роль в качестве паралингвистического средства конструирования плаката – это шрифт. Среди аттрактивных приемов, использующих варьирование шрифта, в плакатах, посвященных китайской мечте, отмечены: выделение жирным шрифтом, чтобы позволить адресату максимально быстро ознакомиться с содержанием, использование рукописного шрифта для создания эффекта разговорной

речи с адресатом с целью придать лозунгу личностный характер и эффект традиционного письма.

Кроме того, полученные результаты рассмотрения плакатов, дают основания утверждать, что не последнюю роль в их создании играют зооморфные метафорические символы.

В данной работе было выявлено, что среди используемых метафорических образов присутствуют: волк и дракон (апеллируют к патриотическим чувствам и национальным ценностям). Из этого следует, что зооморфные метафорические символы, изображенные на плакатах, являются отражением специфики многовековой китайской культуры, а также апеллируют к базовым ценностям, сформированным согласно древним обычаям и традициям Китая.

Таким образом, результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что применение языковых средств персуазивности в сочетании с паралингвистическими средствами и национальными изобразительными символами создают яркий, запоминающийся и притягивающий внимание массового адресата лозунг, который служит главным инструментарием в формировании необходимого социально политического курса страны.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Главным итогом настоящей выпускной квалификационной работы является выявление и рассмотрение ключевых языковых и паралингвистических средств, применяемых в китайском лозунге как средства его персуазивного конструирования для наиболее эффективного достижения прагматической установки адресанта в аспекте пропагандистского дискурса КНР. В качестве материала исследования послужил текст лозунгов социально значимой тематики, а также плакаты, посвященные данной теме. В ходе детального анализа было доказано, что лозунг обладает рядом специфических свойств, а основной предпосылкой возникновения и продвижения лозунга являются цели, связанные с укреплением государства, поднятием национального духа и формированием сильной армии.

В настоящем исследовании были выявлены и продемонстрированы языковые средства реализации персуазивности в дискурсе КНР на материале текста лозунгов. Результаты показали, что языковые средства делают китайский лозунг наиболее ярким, эффективным и запоминающимся, чему способствует как его стихотворная благозвучность и красота выражений, так и глубокая смысловая сторона, где главным смысловым центром служит идеология построения сплоченного социалистического общества и постоянное совершенствование.

В качестве языковых средств были выявлены:

- 1) метафора, метонимия, сравнение как средство выразительности;
- 2) императивные конструкции как средство диалогизации;
- 3) чэньюи как средство интимизации.

В настоящей работе также были продемонстрированы роль и значимость применения паралингвистических средств на материале отобранных плакатов. Плакат, основная задача которого является воздействие на мировоззрение населения, активно использует существенные способы оформления, которые включают в себя применение образов и

символов национальной культуры Китая, а также различные паралингвистические средства персуазивности. В результате анализа плакатов были проанализированы и описаны следующие средства персуазивности:

- 1) цветовая гамма;
- 2) варьирование шрифтов;
- 3) расположение строк в стиле традиционного письма;
- 4) изображение героев и символов нации.

Ключевым выводом настоящего исследования является комплексное описание лозунга «китайская мечта» с точки зрения его языковых и паралингвистических средств реализации персуазивности в рамках его отношения к НОАК.

Полученные результаты наглядно доказывают, что характерная для китайского культурно-дискурсивного пространства, комбинация лингвистических и паралингвистических средств, которые нацелены на то, чтобы сделать лозунги лаконичными художественными произведениями, позволяет создать социально значимый лозунг, главной целью которого является осуществление нового социально-политического курса и формирование новой эпохи.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Проанализированный языковой материал (список лозунгов)

1. «保衛偉大的祖國» – Защищай великую родину
2. «全世界人民团结起来，打倒美帝！打倒苏修（打倒各国反动派！）» – Народы мира, объединяйтесь для победы над империалистами США! Свергнуть советских ревизионистов (свергнуть реакционеров разных стран).
3. «加强军民联防随时准备歼灭入侵之敌» – Укрепляйте совместную военно-гражданскую оборону и будьте готовы в любой момент уничтожить вторгшегося врага.
4. «努力奋斗 建设强大的海军» – Усердно работайте над созданием сильного флота.
5. «发扬革命传统永远前进» – Продолжайте революционную традицию и всегда идите вперед.
6. «团结起来，争取更大的胜利» – Объединяйтесь для большей победы.
7. «抗美援朝，保家衛國!» – Сопrotивляйтесь агрессии США и помогайте Корее, защищайте страну и родину!
8. «抗美援朝，救隣自救!» – Сопrotивляйтесь агрессии США и помогайте Корее, спасайте своих соседей!
9. «提高警惕 严防阶级敌人的破坏活动» – Поднимайте бдительность и остерегайтесь саботажа со стороны классовых врагов.
10. «提高警惕 保卫祖国» – Будь бдителен, защищай Родину.
11. «提高警惕 随时准备歼灭入侵之敌» – Будьте бдительны и готовы уничтожить вторгшегося врага.
12. «陆地猛虎水上蛟龙» - Будь яростным тигром на суше, в воде будь драконом приносящим потоп.

## Приложение А (продолжение)

13. «努力学习，提高文化水平。」 – Усердно учитесь и повышайте свой культурный уровень.
14. «勤学苦练，提高射击技术。」 – Усердно учитесь и тренируйтесь, чтобы улучшить свои навыки стрельбы.
15. «提高文化，向现代化，正规化国防军前进!» – Поднимайте культуру, создавайте модернизированную, регулярную армию для обороны страны!
16. «时刻准备着打击侵略者» – Будьте всегда готовы нанести удар по агрессорам.
17. «狠揍空中强盗» – С силой отбивайтесь от врагов в космосе.
18. «练好本领保卫祖国。」 – Хорошо работайте над базовой подготовкой, чтобы защитить родину.
19. «顽强锻炼，增强官兵体制» – Будь неукротим на тренировках, укрепляй телосложение офицеров и солдат.
20. «军民团结一条心试看天下谁能敌» – Армия и народ в едином устремлении ищут, врагов Китая.
21. «战无不胜的毛泽东思想照亮了革命艺术舞台!» – Непобедимая мысль Мао Цзэдуна озаряет сцену революционного искусства!
22. «祖国建设花怒放 提高警惕防虎狼» – Нация перестраивается, цветы распускаются, наша бдительность возрастает, мы защищаемся от тигров и волков.
23. «胸怀仇恨弹无虚发» – С ненавистью в сердце каждый ваш выстрел будет верным.
24. «军民联防铁壁铜墙» – Армия и народ держат железные валы (медные стены) (обр. в знач.: неприступная крепость, непреодолимая преграда).

## Приложение А (продолжение)

25. «人民子弟兵» – Наши ребята-бойцы из народа.
26. «消灭敌人保存自己» – Стирайте врага в порошок, защищайте себя.
27. «帝国主义和一切反动派都是纸老虎» – Империализм и все реакционеры - бумажные тигры.
28. «为革命一不怕苦二不怕死» – За революцию один не боится страданий, а другой не боится смерти.
29. «从政治上思想上理论上彻底批倒批臭中国的赫鲁晓夫» – Политически, идеологически и теоретически основательно критиковать Хрущева, критиковавшего Китай.
30. «伟大的中国人民解放军万岁!» – Да здравствует великая Народно-освободительная армия Китая!
31. «在社会主义道路上乘胜前进» – Вперед по пути социализма.
32. «太阳就是毛主席太阳就是共产党。纪念中国共产党诞 46 周年» - Солнце – это Председатель Мао, а солнце – это Коммунистическая партия. К 46-летию Коммунистической партии Китая.
33. «敬祝伟大的领袖毛主席万寿无疆万寿无疆» – Желаю великому лидеру Председателю Мао долгой жизни без границ.
34. «毛主席的无产阶级革命路线胜利万岁» – Да здравствует победа пролетарско-революционной политики Председателя Мао!
35. «紧跟毛主席伟大战署部署 掀起革命大批判的新高潮» – Следите за развертыванием великого военного плана председателя Мао и вызовите новый всплеск революционной критики.
36. «胸怀祖国 放眼世界» – Жить интересами своей Родины.
37. «英雄黄继光» – Герой Хуан Цзигуан.

## Приложение А (продолжение)

38. «董存瑞舍身炸碉堡» – Дун Цуньруй пожертвовал собой, чтобы взорвать бункер.

39. «製會分國中動運略代反際國» – Движение Центрального Комитета Совета по разделению нации.

40. «野营训练炼红心永远紧跟毛主席» – Тренировочные походы Красные сердца всегда будут следовать за Председателем Мао.

Проанализированные плакаты



Рисунок 1. «敬祝伟大的领袖毛主席万寿无疆万寿无疆»



Рисунок 2. «紧跟毛主席伟大战署部署 掀起革命大批判的新高潮»

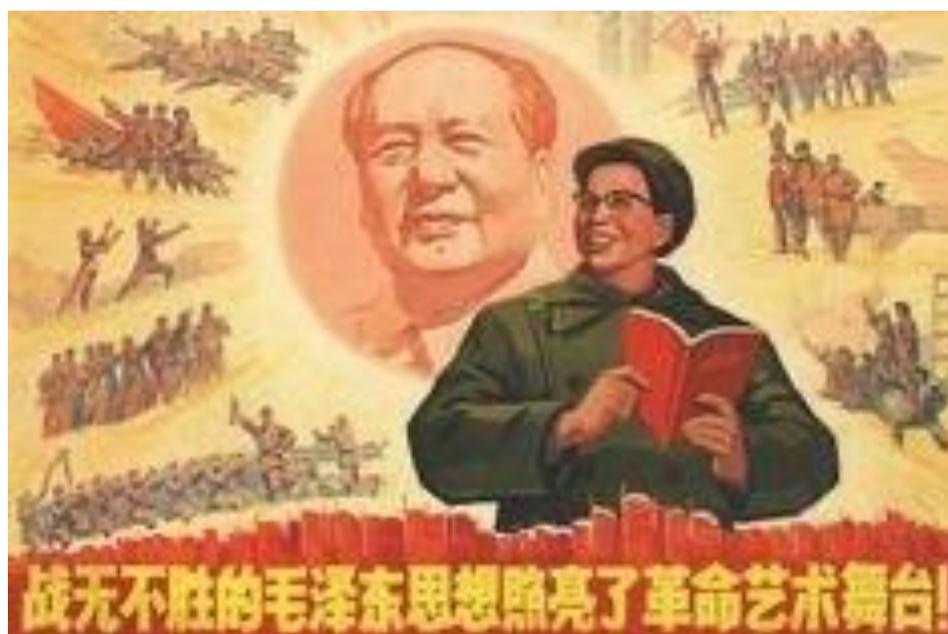


Рисунок 3. «战无不胜的毛泽东思想照亮了革命艺术舞台!»



Рисунок 4. «毛主席的无产阶级革命路线胜利万岁»



Рисунок 5. «提高警惕 严防阶级敌人的破坏活动»

Приложение Б (продолжение)



Рисунок 6. «人民子弟兵»



Рисунок 7. «练好本领保卫祖国。」

Рисунок 8. «製會分國中動運略代反際國»



Рисунок 9. «全世界人民团结起来,打倒美帝!打倒苏修打倒各国反动派!»



Рисунок 10. «董存瑞舍身炸碉堡»



Рисунок 11. «太阳就是毛主席太阳就是共产党。纪念中国共产党诞生 46 周年»

Приложение Б (продолжение)



Рисунок 12. «神圣的使命»



Рисунок 13. «禧新贺器»



Рисунок 14. «群丑图 - 把反革命修正主义分子揪出来示众»



Рисунок 15. «不到长城非好汉»

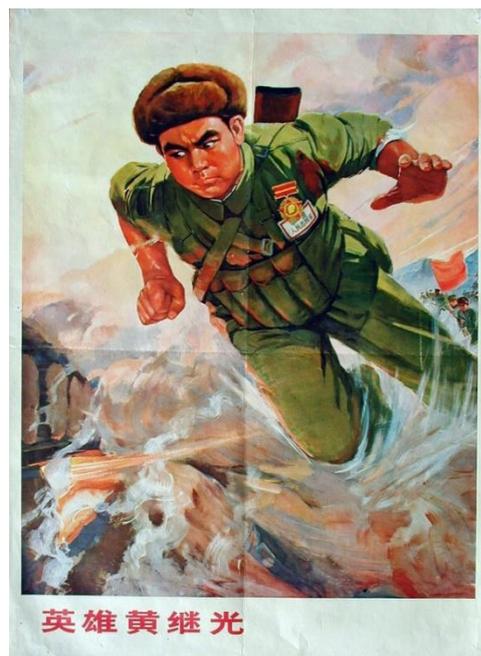


Рисунок 16. «英雄黄继光»

Приложение Б (продолжение)



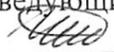
Рисунок 17. «无产阶级联合起来工农兵联合起来一定要解放台湾»



Рисунок 18. «热烈欢呼 1967 年秋季中国出口商品交易会的胜利召开!»

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра восточных языков  
45.05.01 Перевод и переводоведение

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой ВЯ  
 Е.В. Чистова  
«01» июля 2022 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

**ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА СОЛДАТА НОАК  
НА ПРИМЕРЕ ПЛАКАТОВ СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМОЙ ТЕМАТИКИ  
1940–1960 гг.**

Выпускник



А.Н. Корниенко

Научный руководитель



канд. истор. наук,  
доц. каф. ВЯ С.В. Мажинский

Нормоконтролер



А.П. Мутасова

Красноярск 2022

## РЕФЕРАТ

*Тема бакалаврской работы – «Лингвистическая репрезентация образа солдата НОАК на примере плакатов социально значимой тематики 1940-1960гг». Выпускная квалификационная работа представлена в объеме 70 страниц, включает в себя 18 иллюстраций, 2 приложения, 45 использованных источников, 15 из которых на иностранных языках.*

*Ключевые слова:* ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС, ВОЗДЕЙСТВИЕ, МУЛЬТИМОДАЛЬНОСТЬ, НОАК, ВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА, НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА, ПАРАВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА.

*Цель:* выявление и проведение анализа ключевых языковых и паралингвистических средств, анализ особенностей лингвистической репрезентации образа солдата НОАК.

*Задачи:* 1) рассмотреть и дать оценку политической системы Китая в 1940-1960гг.; 2) рассмотреть воздействующую функцию плаката; 3) проанализировать исторический образ солдата НОАК; 4) проанализировать отобранные плакаты военной тематики; 5) рассмотреть и проанализировать вербальные, невербальные и паравербальные средства, использованные в отобранных плакатах.

*Актуальность темы* определяется необходимостью изучения средств лингвистической репрезентации солдат НОАК в разных жанрах публицистического функционального стиля, в частности, плакатах, и необходимостью систематизации субъективно-оценочных и ассоциативных смыслов исследуемого концепта, с привлечением достижений социологии и лингвокультурологии.

Такой подход обусловлен, с одной стороны, возрастающим интересом современной лингвистики к рассмотрению актуализации концептуальной картины мира в связи с проблемами языковой личности и ее внутреннего мира, а с другой стороны, недостаточной изученностью способов репрезентации различных концептов в китайской этнокультуре.

*Основные выводы и результаты исследования:*

1. Был выявлено влияние политического дискурса на различные виды дисциплин.
2. Рассмотрено понятие, функции и задачи социальной рекламы, а также плаката, являющегося ее частью.
3. Было установлено, что плакат относится к мультимодальным текстам, представляющим собой единство вербального и невербального компонентов.
4. Был рассмотрен лингвистический инструментарий плаката, его особенности и функции данного инструментария.
5. В ходе работы было выявлено, что основополагающая интенция отобранных лозунгов заключается в том, чтобы убедить и склонить массового адресата в необходимости совершения или не совершения того или иного действия.
6. Результаты количественного исследования показали, что языковые средства, а именно метафора, сравнение и императивные конструкции как средство диалогизации используются наиболее часто в конструировании данных лозунгов.
7. Один из главных выводов данного исследования основывается на том, что плакат принадлежит к мультимодальному типу текста, в котором вербальный и изобразительный элементы создают единство, обеспечивающее его комплексное прагматическое воздействие на адресата.

*Перспективы дальнейшего использования:* 1) более глубокое исследование влияния плакатов различной направленности, 2) дальнейшее изучение средств выразительности плакатов, 3) взаимосвязь между использованием различных приемов выразительности в сочетании с национальными изобразительными символами.