

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

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра восточных языков

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ И. Г. Нагибина

« ____ » _____ 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

**ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПЛАКАТ КАК СРЕДСТВО ВОЗДЕЙСТВИЯ
ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ КНР: ДИАХРОНИЧЕСКИЙ
АСПЕКТ**

Научный руководитель

ст. преп. каф. ВЯ
Е.А. Бирюлина

Выпускник

В.Е. Зайцева

Нормоконтролер

С.В. Ухоботова

Красноярск 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПЛАКАТА КАК СРЕДСТВА ТРАНСЛЯЦИИ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ КНР	7
1.1. Политический плакат как вид мультимодального текста	7
1.2. Мультимодальный дискурс-анализ как инструмент в исследовании воздействия на рождаемость	15
1.3. Историко-культурный контекст реализации демографической политики КНР	21
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.....	29
ГЛАВА 2. КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ МУЛЬТИМОДАЛЬНЫХ КОМПОНЕНТОВ В ТЕКСТАХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПЛАКАТОВ КНР В ДИАХРОНИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ	32
2.1. Анализ мультимодальных компонентов репрезентации демографического курса в период с 1949 г. по 1976 г.	32
2.2. Анализ мультимодальных компонентов репрезентации демографического курса в период с 1977 г. по 2015 г.	43
2.3. Анализ мультимодальных компонентов репрезентации демографического курса в период с 2015 г. по 2024 г.	53
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	61
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	64
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Плакаты в период с 1949 г. по 1976 г.....	70
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Плакаты в период с 1977 г. по 2015 г.....	111
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Плакаты в период с 2015 г. по 2024 г.....	137

ВВЕДЕНИЕ

Политический плакат традиционно является одним из популярнейших средств трансляции пропаганды, способным формировать общественное мнение, влиять на политические предпочтения и ценностные ориентации населения. Исследование взаимодействия между государственной властью и средствами массовой информации в КНР представляет собой важную и многогранную тему, учитывая особенности китайской политической системы. В Китае восприятие информации, ее распространение и контроль имеют глубокое влияние на общественное мнение и социальную стабильность. Так, медиа служат мощным инструментом для пропаганды и распространения государственной идеологии. Четко очерченные темы и редакционные линии направлены на поддержание национального духа, патриотизма и доверия к руководству страны. Китайское правительство использует медиа для укрепления своей легитимности и популяризации политики.

Диахронический анализ позволяет проследить за эволюцией политического плаката с момента основания КНР в 1949 году и до настоящего времени, выявляя связи между изменениями визуальной риторики, политической идеологии и экономической стратегии. Это позволяет проследить эволюцию полит плаката, как политическая пропаганда через визуальные средства отражала и способствовала социально-демографическим изменениям в стране.

Актуальность настоящего исследования заключается, в первую очередь, его вхождением в антропоцентрическую парадигму, а также подкрепляется глобальной значимостью демографических процессов, которые являются ключевыми для существования и развития любого государства. Изучение способов ретрансляции демографического курса на политические плакаты позволит лучше понять, каким образом формируется и изменяется государственная демографическая политика в условиях современного Китая.

Исследование вносит вклад в научное понимание механизмов формирования общественного сознания через массовую коммуникацию и позволяет интерпретировать политическую риторику, что делает его значимым среди работ по языкознанию, культурологии и межкультурной коммуникации.

Целью данного исследования является выявление специфики мультимодальных компонентов политических плакатов, транслирующих демографическую политику КНР, в диахроническом аспекте.

В соответствии с поставленной целью при проведении исследования предполагается решить ряд конкретных **задач**:

1. Провести аналитический обзор плаката как мультимодального текста в современных исследованиях.

2. Изучить мультимодальный дискурс-анализ в исследовании влияния политического плаката на рождаемость и демографические процессы.

3. Рассмотреть труды по культурологии, истории, социологии, посвященные изучению демографической политики КНР.

4. Проанализировать иконические и вербальные компоненты репрезентации демографического курса с 1949 по 1976 год и определить их роли в политической коммуникации.

5. Провести анализ иконических и вербальных компонентов репрезентации демографического курса с 1977 по 2015 год и выявить изменения в политической риторике.

6. Проанализировать иконические и вербальные компоненты репрезентации демографического курса с 2015 по 2024 год с учетом современных трендов и вызовов в области демографической политики.

Объект исследования – политический плакат как средство трансляции демографической политики в Китае в диахроническом аспекте.

Предметом исследования выступают мультимодальные компоненты в плакатах.

Материалом для исследования плаката как инструмента демографической политики КНР послужили отобранные плакаты в

количестве 202 единиц, создаваемых на протяжении всей истории КНР (1949-2024), среди которых: 1) 87 мультимодальных текстов, созданных в период с 1949 по 1976 год (см. Приложение А); 2) 52 мультимодальных текста, относящихся к периоду с 1977 по 2015 год (см. Приложение Б); 3) 87 мультимодальных текстов, создаваемых в период с 2015 по 2024 год (см. Приложение В).

Основные **методы**, используемые в исследовании, представлены методом сплошной выборки, теоретическим описательно-аналитическим методом, мультимодальным методом дискурс-анализа, методом концептуального анализа и сравнительным анализом. С помощью метода сплошной выборки был проведен сбор корпуса политических плакатов, выпущенных в КНР в определенные исторические периоды. Теоретический описательно-аналитический анализ позволил выполнить научной литературы и источников, посвящённых влиянию массовой коммуникации и визуальной пропаганды на демографические процессы, а также описать изменения в демографической политике КНР на протяжении различных временных периодов. С помощью метода концептуального анализа были выявлены и интерпретированы ключевые идеи и символы, заложенные в плакатах. При помощи метода мультимодального дискурс-анализа нами было проведено исследование, как различные модусы (изображения, текст, цвет, композиция) используются для транслирования специфических политических и демографических сообщений. С помощью метода сравнительно-сопоставительного анализа нами были выделены сходства и различия репрезентаций выделяемых периодов демографической политики КНР.

Основной теоретико-методологической базой исследования послужили научные труды отечественных и зарубежных ученых в таких областях как лингвистика (Е.Е. Анисимова, А.А. Бернацкая, В.Е. Чернявская, и др.), социология (А.С. Клюквина, Н.К. Семенова и др.) и китаеведение (И.Ю. Зуенко, А.А. Киреев, Д.А. Резникова и др.).

Практическая значимость данной работы заключается в возможности применения ее результатов для разработки и анализа политических коммуникаций через визуальные средства, а именно политические плакаты, на примере демографической политики КНР. Материалы исследования могут быть использованы для составления образа применения визуальных символов и лозунгов, что особенно актуально для специалистов в области лингвистики, социологии, медиа и культурологии. Исследование дает возможность лучше понять, как лингвистическая и нелингвистическая составляющие взаимодействуют в политических плакатах, что может способствовать развитию навыков критического анализа медиатекстов у студентов и специалистов.

Структура работы определяется поставленной целью и задачами исследования, а также спецификой материала. Выпускная квалификационная работа общим объемом 176 страниц, включает: введение, две главы, заключение, список использованной литературы, включающий 62 наименования, в том числе 15 на китайском и английском языках, а также приложения.

Апробация работы. Материалы исследования были представлены на научном мероприятии международного уровня: XV Международная научно-практическая конференция молодых исследователей «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» (18–19 апреля 2023 г.).

Данное исследование также было представлено в рамках онлайн-семинара «Восточный вектор образовательного и научного контента: дискурсивные практики современного Китая» (2 декабря 2023 г.).

Основные результаты исследования были представлены на Международном конкурсе электронных стендовых докладов, который проходил в рамках Международной научно-практической конференции «XXI Березинские чтения: Языковое бытие человека и этноса» (МГЛУ, Москва, 1 апреля–11 мая 2023 г.).

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПЛАКАТА КАК СРЕДСТВА ТРАНСЛЯЦИИ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ КНР

1.1. Политический плакат как вид мультимодального текста

Политический плакат является неотъемлемой частью трансляции государственной политики на протяжении нескольких столетий. Задачей настоящего параграфа является проведение аналитического обзора изучения плаката как мультимодального текста в современных исследованиях.

В контексте современного мультимодального дискурса плакат обладает существенным значением, поскольку используется для влияния на индивидов в различных сферах общественной активности [Шиляев, Шлотгауэр, 2020: 161]. Плакат характеризуется богатым историческим наследием, в рамках которого он анализировался учеными в контексте политики, рекламы, образования, дизайна, культурологии, искусствоведения, социологии, семантики, психологии и эргономики [Felde, 1982: 10].

Рассмотрим историю возникновения плаката. До конца XIX века искусство плаката, играя роль инструмента социальной и политической пропаганды на бумажной основе, существовало в различных специфических формах, включая листовки, распространяемые глашатаями, а также указы и распоряжения [Шнайдер и др., 2020: 868].

Фундамент массового производства плакатов был заложен в 1796 году в Германии благодаря внедрению техники плоской печати, известной как литография. Этот инновационный метод печати был изобретен немецким актёром Алоизом Зенефельдером [Salinatin et al, 2013: 540].

К середине XIX века в Париже художник и график Жюль Шере (1836–1932) внедрил в свои работы использование ярких цветов и оригинальных изображений людей, что стало прорывом в области производства плакатов. Шере активно экспериментировал с цветовой

палитрой и композицией, создавая произведения, которые привлекали внимание своей динамикой и визуальной привлекательностью. Этот инновационный подход Жюль Шере к плакатному искусству заложил основы современной рекламы и дизайна, и он заслуженно считается одним из пионеров создания современного плаката [Salinatin et al., 2013: 540].

Ключевую роль в эволюции плаката как средства коммуникации сыграла Франция. К концу 19 века плакаты в основном использовались для рекламы и промышленности, они были связаны с конкуренцией между капиталистическими фирмами. Однако начало социально-политического плаката приходится на время Октябрьской революции и Гражданской войны [Сымонович, 2018: 121].

Плакаты, активно используемые властными структурами для коммуникации во время Первой (1914–1918) и Второй мировой войны (1939–1945), получили название пропаганды [Русакова, 2007: 116]. Это связано с тем, что они служат инструментом для распространения определённых идей и взглядов, целью которых является убедить людей в их истинности [Salinatin et al, 2013: 540].

Во второй половине XX века, благодаря возросшей социальной нужде в больших листовых публикациях и развитию офсетной печати, плакат начинает издаваться массовыми тиражами, что приводит к его популярности как одного из ведущих направлений в графическом искусстве [Чихольд, 2011: 182]. В это время в профессиональном сообществе утверждается осознание уникальности образного языка плаката, который отличается выборочным использованием выразительных средств и сочетанием словесного и визуального элементов для передачи содержания [Ван, 2009: 297].

Первым шагом на пути к становлению политического плаката в Китае стала поддержка развития социально-ориентированной гравюры Лу Сина, выдающегося литератора и общественного активиста первой половины XX в. [Береснев, 2019: 32].

В период 1940–1950 годов китайская политическая художественная сцена начала ориентироваться на социалистический реализм, который стал официальной доктриной после Яньанской конференции 1942 года. Было объявлено о намерении использовать традиционные графические методы для целей агитации [Там же: 33].

В 1940–1950 годах китайское искусство приняло курс на социалистический реализм после Яньанской конференции 1942 года. Искусство стало инструментом агитации, черпая вдохновение из опыта СССР. Под контролем Коммунистической партии Китая, были взяты все издательства, что способствовало распространению официальной политики. Были созданы специальные команды для изготовления плакатов [Смертин, 2012: 15; Hill, 2004].

С начала 1990-х годов в плакатах стала часто использоваться фотография, в то время как агрессивный стиль «культурной революции» теперь применяется только для стилизации. Серьёзные лица, характерные для того времени, сменились на улыбающиеся, удовлетворённые образы, отражающие успехи «общества среднего достатка» [Зуенко, Резникова, 2015: 79].

Так, использование плакатов человеком восходит к древнейшим временам, и на протяжении истории данное средство визуальной коммуникации претерпевало значительные изменения и адаптации, удовлетворяя потребности различных эпох. Во времена промышленной революции плакаты преимущественно служили рекламным целям, способствуя продвижению товаров и услуг. Во время мировых конфликтов и политических потрясений их основная роль сводилась к пропаганде и агитации, мобилизуя массы и формируя общественное мнение.

Информация на плакатах передается исключительно посредством визуального канала [Jenner, 2005: 220]. Обратимся к определению по словарю: «плакат – единичное лаконичное, броское (обычно цветное) произведение

искусства, выполненное в агитационных, рекламных или учебных целях» [Полевой, 1986].

Л.К. Вартанова отмечает, что плакат является целостной системой визуальных компонентов, которые оказывают влияние на различные слои общества. Они могут не только нормализовать современное общество, но и сохранить и обогатить культурные ценности населения страны [Вартанова, 2019: 25]. Плакаты как совокупность вербального и невербального компонентов рассматриваются и в работах других ученых [Мухаметшина, 2022; Вальтер, 2016; Павлина, 2019; Фоминых, 2009; Червякова, 2016; Pryshchenko, 2021].

С.Ю. Павлина выделяет три типа плакатов в зависимости от их структурной организации:

- 1) плакаты, состоящие только из вербальной части;
- 2) плакаты, состоящие из вербального и иконического компонентов;
- 3) плакаты, состоящие только из иконической части [Павлина, 2019: 102].

Как иконическая, так и вербальная составляющие плаката вариативны и в плане содержания, и в плане выражения [Там же: 103]. Так, создатели используют орфографию, пунктуацию, шрифт, графику, изображения, гармоничные цвета, с целью достижения выразительности поликодового единства.

Д.Р. Мухаметшина отмечает, что смысловой доминантой текста может выступать каждый модус по отдельности [Мухаметшина, 2022: 3204].

Согласно Е.А. Федосову и К.А. Коневу [Федосов, Конев; цит. по: Кулешова, 2020: 151], плакаты можно определить как «текст, сочетающий вербальные и невербальные элементы, направленные на комплексное воздействие на адресата». Это определение акцентирует мультимодальный характер плакатного текста, который интегрирует визуальные и вербальные модусы [Сидорова, 2013: 145].

Ю.Ю. Данилова и Д.Р. Нуриева в своей работе также утверждают, что плакаты по своей сути являются мультимодальными текстами [Данилова, Нуриева, 2015: 408]. Плакат в таком рассмотрении определяется как особого рода текст, созданный путем синтеза языковых знаков и знаков других семиотических систем.

Плакаты как совокупность вербального и невербального компонентов рассматриваются в работах Д.Р. Мухаметшиной, Л.К. Вартановой, Х. Вальтера, С.Ю. Павлиной и др. [Мухаметшина, 2022; Вартанова, 2019; Вальтер, 2016 и др.].

А.М. Ариас отмечает, что при создании и интерпретации мультимодального текста в письменной коммуникации, взаимодействие между вербальными и визуальными знаками происходит в двух аспектах. Первый аспект связан с взаимодействием семантического значения знаков в контексте создания единого смыслового целого. Второй аспект связан с коммуникативно-прагматической функцией текста, где внешнее несет коммуникативную функцию [Ариас, 2011: 63].

Сочетание различных семиотических кодов в тексте обеспечивает формирование цельного смыслового контекста, обогащение его содержания и передачу информации. Важно отметить, что этот процесс может быть достигнут за счет использования разнообразных визуальных и вербальных выразительных средств, таких как шрифты, изображения, цвета, графика, орфография, пунктуация и т.д. А.М. Ариас также выделяет коммуникативно-прагматический аспект, где визуальные и вербальные знаки несут не только смысловую информацию, но и оказывают коммуникативное воздействие на адресата, передавая определенные эмоциональные и прагматические значения [Там же].

В зарубежных исследованиях для описания взаимодействия различных коммуникативных каналов используются термины «мультимодальность» и «бимодальность», а в немецкоязычных источниках – «мультимедиальность» [Чернявская, 2013; Ворошилова, 2007; Головина, 1986]. Под термином

«модальность» понимается «тип внешнего стимула, воспринимаемого одним из чувств человека, в первую очередь зрением и слухом» [Кибрик, 2010: 135]. В контексте когнитивных наук и психологии, модальность рассматривается как способ «восприятия и обработки информации – вербального, визуального, аудиального, тактильного и др.» [Ирисханова, 2012: 320; Байкова, 2022: 231].

В отечественной лингвистике для описания текстов такого типа используются различные термины: «креолизованные тексты» [Сорокин, Тарасов, 1990], «поликодовые тексты» [Анисимова, 2003; Сонин, 2006; Чернявская, 2013; 2021]. Также встречаются менее распространенные определения, такие как «полимодальные», «лингво-визуальные», «видео-вербальные» и др. [Омельяненко, Ремчукова, 2018].

Термин «креолизация» используется для обозначения степени и факта участия в создании текста элементов различных кодов. Данный процесс направлен на визуальное восприятие информации посредством специфического кода, привлекающего внимание реципиента [Амурская, Егорова, 2020: 47].

Креолизованный текст представляет собой семиотическое, структурное, визуальное и функциональное единство [Анисимова, 2003: 17]. Введение термина «креолизованный текст» произошло в 1990 году благодаря работе Ю.А. Сорокина и Е.Ф. Тарасова, где он определяется как текст, состоящий из двух негомогенных частей: вербальной и невербальной [Сорокин, Тарасов, 1990: 180–181].

Е.Е. Анисимова расширяет это определение, указывая, что такие тексты включают в свою структуру не только вербальные, но и иконические средства, а также элементы других семиотических кодов, таких как цвет, шрифт и т.д. [Анисимова, 2003: 17].

А.Г. Сонин определяет креолизованный текст как дикодевый, то есть объединяющий коды только двух знаковых систем [Сонин, 2006: 21]. Впоследствии, Е.С. Тарасов отмечает, что креолизованный текст представляет собой объект, включающий графические знаки, которые отражают знаки

естественной речи и указывают на другие предметы-ассоциации [Тарасов и др., 2020: 15].

Некоторые исследования одинаково используют понятия креолизованного текста и поликодового текста [Волоскович, 2011: 27; Ирисханова, 2012: 320], но важно заметить, что термин «поликодовый текст» преимущественно применяется в системе отечественного языкознания [Сонин, 2006: 122].

Несмотря на то, что в современных российских научных исследованиях концепция мультимодальности преимущественно ассоциируется с аудиовизуальными текстами и медийной сферой, включающей телевидение, компьютерные игры и кинематограф, некоторые учёные также применяют данный термин к политическим карикатурам, журнальным обложкам и другим сложным текстам, поскольку это не противоречит основному определению концепции мультимодальности [Детинко, 2020: 114].

Для обозначения сложного многоуровневого знака, представляющего из себя единое коммуникативное целое, состоящего из вербальной и невербальной составляющих принято использовать понятия «мультимодальный текст» и «мультимодальный анализ» [O'Halloran, 2011; Vigliocco, 2016; Hofstede, 2017]. А.М. Волоскович называет мультимодальностью способность текста совмещать знаки различных семиотических систем, опирающиеся на модусы [Волоскович, 2011: 28]. Модус – это социально формируемый и культурно обусловленный инструмент, который используется для создания смысла [Kress, 2009: 54]. В рамках его работ, ученый обсуждает различные виды модусов, которые могут включать:

1. Вербальный модус – использование устного или письменного языка для передачи смысла.
2. Визуальный модус – включает в себя изображения, графику и визуальные знаки для передачи информации и эмоций.

3. Аудиальный модус – применение музыки, шумов, голоса и других звуков для коммуникации.

4. Жестовый модус – использование телодвижений, мимики, позы и жестов для выражения смыслов.

5. Пространственный модус – организация пространства и расположение элементов в пространстве для создания определенных значений.

6. Цветовой модус – использование цвета для создания эмоциональных и психологических эффектов или для передачи специфической информации [Kress, 2009: 54].

В целях установления единой терминосистемы в нашей работе используется термин «мультимодальный текст» для обозначения политического плаката, так как основным анализом методом в данном исследовании выступает мультимодальный дискурс-анализ.

Таким образом, на протяжении истории плакат служил человечеству для самых разных задач, преобразуясь в соответствии с нуждами времени. В период индустриализации он активно использовался для рекламных целей, во времена военных конфликтов – для проведения агитации и распространения пропаганды. Политический плакат в Китае выступает как мощный инструмент в руках партии, направляя и формируя общественное сознание. Было установлено, что плакаты являются мультимодальными текстами, поскольку они воздействуют на реципиента с использованием нескольких модальностей кодирования текста. Эти модальности включают в себя речевые элементы, орфографию, пунктуацию, порядок слов в предложении, а также графические средства, такие как шрифт, курсив и цвет текста, изображения и цветовую гамму. Так, мультимодальность плакатов проявляется в возможности одновременного воздействия на реципиента несколькими видами знаков и кодов, что делает их эффективными коммуникационными средствами, способными учитывать различные аспекты воздействия на аудиторию.

1.2. Мультимодальный дискурс-анализ в исследовании трансляции демографической политики

В настоящем параграфе будет рассмотрено использование мультимодального дискурс-анализа в контексте изучения воздействия основной демографической политики КНР. Мультимодальный подход к лингвистическому анализу связан с изучением различных кодов и ресурсов, таких как текст, звук, изображения, визуальные элементы и их воздействие на понимание и интерпретацию сообщения. В контексте исследования воздействия на рождаемость, мультимодальный дискурс-анализ позволяет рассматривать широкий спектр коммуникационных материалов, представленных в различных медийных форматах, и выявить их воздействие на репродуктивное поведение населения. Понимание мультимодального дискурса в данной области может помочь в выявлении факторов, оказывающих влияние на рождаемость в КНР.

К. Джюит выделяет три подхода к изучению мультимодальности текста:

- социально-семиотический подход к мультимодальному анализу. Данный подход заключается в выявлении смыслов через иконические образы за счет таких факторов, как участники, модальность, композиция и взаимодействие участников.
- системный функциональный подход к мультимодальному анализу, известный также как мультимодальный дискурс-анализ. Суть данного подхода сводится к анализу систем значений (например, линий, движений взглядов) для реализации метафункций.
- мультимодальный анализ интеракции к мультимодальному анализу. Данный подход заключается в том, чтобы объяснить и описать то, что происходит в рамках интеракции [Jewitt, 2009].

Вышеописанные подходы различаются объектами своего анализа, в зависимости от степени учета контекста, деятельности участников, внутренних связей между модусами [Детинко, 2020: 114]. Несмотря на это,

объединяющим фактором всех подходов является рассмотрение мультимодального текста как единого целого с учетом всех входящих в него семантик, поскольку текст воспринимается адресатом целостно.

В нашей работе мы опираемся на социально-семиотический подход при мультимодальном дискурс-анализе, поскольку этот подход позволяет рассматривать текст как сложное социокультурное явление, включающее в себя не только материальные и нематериальные средства коммуникации, но и социальные и культурные контексты, в которых данный текст функционирует. Он предполагает изучение символических систем, используемых в тексте, и их взаимодействие с социокультурными факторами [Байкова, 2022: 231; Янь и др., 2022: 155].

Ю.И. Детинко отмечает, что при анализе мультимодального текста необходимо учитывать не только материальные средства и модусы (такие как звук, изображения, текст), но и нематериальные аспекты, включая ценности, убеждения, нормы и представления, которые формируют социальный и культурный контекст [Детинко, 2020: 114]. Таким образом, для полноценного понимания мультимодального текста необходимо рассматривать его в широком социокультурном контексте и учитывать взаимодействие различных семиотических систем в процессе коммуникации.

Так, Д. Матисон отмечает, использование социально-семиотического подхода предполагает рассматривать изображение как текстовое предложение, в котором есть 2 элемента: участники (как существительные) и процессы (как глаголы) [Матисон, 2016: 128].

П. Чилтон также предлагает принимать во внимание, что лингвистические и визуальные значения основываются на одинаковых компонентах: «где» и «что», то есть локация объектов относительно предполагаемых адресатов и идентификация самих объектов. Компонент «где» соотносится с положением субъекта, а компонент «что» представляет собой обозначение объектов, связанное с фреймами и социокультурными знаниями; описание изображенных действий [Chilton, 2002].

Исследователь предлагает учитывать при анализе изображения:

- положение адресата и виды объектов, которые имеют для него «значение»;
- «идеологическое» значение объектов для реципиента, что анализируется посредством логических умозаключений и объяснений;
- точка зрения реципиента, что определяется с помощью пространственной перспективы изображения и может быть интерпретировано иногда на основе метафоры [Chilton, 2002].

Стоит отметить, что при анализе мультимодального текста, помимо вышеперечисленных элементов, стоит также учитывать функции цвета и шрифта, поскольку цвет является одним из самых важных компонентов мультимодального текста [Анисимова 2003: 59]. В политическом плакате к его функциям можно В.Е. Чернявская относит следующие:

1. Смысловыделительная функция. Цвет позволяет выделять наиболее важные, значимые по своей семантике элементы вербального компонента. Как правило, в данной функции в плакатах используется красный цвет. Так, красный цвет является одним из самых популярных цветов в политических плакатах. Он часто ассоциируется с эмоциями, страстью, силой и агрессией, поэтому его использование позволяет эффективно привлекать внимание зрителей к важным фрагментам текста. Но помимо красного цвета также важно учитывать контраст с фоном, чтобы текст был четко виден и легко читаем.

2. Аттрактивная функция. Она заключается использовании цвета с целью привлечения внимания реципиента. Яркие и контрастные цвета обычно привлекают взгляд зрителя и делают плакат заметным издали. Это особенно важно в ситуациях, когда нужно привлечь внимание к плакату в толпе или на улице. Кроме того, использование различных цветовых комбинаций может усилить восприятие текста и сделать его более читаемым на фоне яркого и разнообразного изображения. Это важно для того, чтобы информация на плакате была доступной и понятной для зрителя.

3. Экспрессивная функция. Данная функция заключается в способности цвета оказывать влияние на эмоции человека, настраивая его на восприятие политического плаката. Красный цвет, как было сказано ранее, часто ассоциируется со страстью, динамикой, агрессией, что может быть полезным для привлечения внимания зрителей к политическому плакату. Синий цвет, например, ассоциируется с миром, спокойствием, стабильностью, что также может оказывать воздействие на восприятие и эмоциональное состояние людей. Оттенки желтого и оранжевого, в свою очередь, ассоциируются с солнцем, теплом, радостью, что также может создавать определенное настроение у зрителей. При этом, важно учитывать не только собственные ассоциации с цветами, но и их культурные, социальные и психологические значения в контексте конкретной аудитории и предполагаемого воздействия плаката на неё.

4. Символическая функция. Она заключается в способности цвета выражать абстрактные понятия. В политических плакатах широко представлена цветовая символика, закрепившаяся за отдельными политическими течениями: символ социалистического и коммунистического движения – красный, коричневый – символ фашизма и т.д. Часто окраска в соответствующие цвета тех или иных частей плаката служит скрытым намеком на определенные политические силы.

5. Эстетическая функция. Данная функция цвета играет важную роль в создании визуального впечатления от политических плакатов. Правильно подобранные цветовые решения способны создать гармоничное, привлекательное и запоминающееся изображение, которое будет вызывать положительные эстетические впечатления у зрителя. Например, сочетание контрастных цветов или использование гармоничных палитр может придать плакату баланс и привлекательность. Также, цвета могут быть использованы для создания определенного стиля или настроения плаката, что в свою очередь влияет на эстетическое восприятие. Важно учитывать предпочтения целевой

аудитории и культурные особенности, чтобы создать плакат, который будет эстетически привлекательным для аудитории [Чернявская, 2009: 83].

Шрифт является важным элементом мультимодального текста, и его функции аналогичны функциям цвета в контексте мультимодальных коммуникаций. Он служит не только оформлением вербальной части текста, но и самостоятельной художественной формой, влияя на его визуальное восприятие и воздействие на аудиторию. Различные типы шрифтов могут вызывать ассоциации, передавать настроение и усиливать выразительность текста. Они также помогают создать визуальный стиль текста и внести свой вклад в общую эстетическую составляющую мультимодального контента. Выбор шрифта имеет значительное значение для эффективной коммуникации через мультимодальный текст и может оказывать существенное воздействие на его восприятие и понимание аудиторией [Там же: 86].

Наряду с важностью изображения, цветового и шрифтового модусов в организации прагматики плаката, роль подписи (вербального модуса) в структуре мультимодального текста является важным аспектом в создании и восприятии плаката.. Этот элемент мультимодального плаката является важнейшим в вербальном компоненте композиции. Роль подписи в структуре мультимодального текста неоднозначна, к основным её функциям относятся следующие:

- номинативная функция. Подпись называет, дублирует иконический компонент. Формирование подписи-названия базируется на назывании того, что происходит на самом изображении, и на содержании основного вербального текста. Обе семантики пересекаются, накладываясь друг на друга, в той или иной степени участвуя в создании плаката.
- информативная функция. В мультимодальном тексте подпись выступает носителем определенной информации.
- дейктическая функция. Подпись может указывать на изображение. Данная функция может выражаться как эксплицитно, так и имплицитно. Эксплицитно она может выражаться посредством лексических единиц,

указывающих на характер иллюстраций, указательных местоимений, частиц, наречий места и т.д.

- когерентная функция. Посредством подписи осуществляется связность текста, а также связь нескольких изображений внутри одной композиции.

- интегративная функция. Данная функция заключается в осуществлении взаимодействия между вербальным и невербальным кодами.

Помимо основных функций, перечисленных выше, подпись может выполнять следующие частные функции:

- аттрактивная функция. Данная функция заключается в привлечении внимания реципиента. В грамматическом плане аттрактивная функция выражается в выдвигании на первый план второстепенных слов, реже глагольного сказуемого, использование вопросительных предложений и т.п.

- побудительная функция. Эта функция заключается в побуждении к определенным действиям [Чернявская, 2009: 87].

Таким образом, подпись представляет собой содержательно и функционально важный элемент мультимодального текста, что в значительной степени обеспечивает прагматический эффект на реципиента.

Важно отметить то, что изучение плакатов в настоящее время происходит именно с позиций синхронического и диахронического аспектов, поскольку в эпоху современности их использование не так эффективно, как другие способы передачи информации. Однако их изучение и анализ важны для понимания процессов, происходивших в прошлом и для построения причинно-следственных связей.

Исходя из вышеуказанной информации, можно сказать, что мультимодальный дискурс-анализ является эффективным инструментом для изучения демографической политики КНР, поскольку он позволяет всесторонне рассмотреть взаимодействие различных коммуникативных модусов – визуальных, текстовых, цветовых, композиционных, шрифтовых и

символических. Использование социально-семиотического подхода при анализе этих мультимодальных текстов раскрывает сложное сочетание социокультурных и семиотических факторов, которые формируют общественное восприятие и реакцию на политику.

1.3. Историко-культурный контекст реализации демографической политики КНР

В данном параграфе нами рассматриваются особенности демографической политики КНР в контексте исторических периодов. Китай, как одна из самых густонаселенных стран мира, видит в численности своего населения не только демографический, но и стратегический ресурс, который определяет социальные, экономические и политические аспекты жизни в стране [Баженова, 2009: 216].

В течение более чем четырех десятилетий программа контроля над рождаемостью в Китае служила ярким примером государственного регулирования сферы рождаемости. Несмотря на то, что политика «одного ребенка» официально была введена только в 1979 году, претензии государства на законное участие в контроле над рождаемостью возникли в 1950-х годах, а ограничения на рождаемость были введены в начале 1970-х годов [苗翠翠, 2021].

Для анализа репрезентации государственного вмешательства в сферу рождаемости нами была выбрана классификация истории демографии КНР, предложенная Н.К. Семеновой:

1. Первый период – с 1949 по 1976 г.
2. Второй период – с 1977 г. по 2012 г.
3. Третий период – с 2013 г. по 2022 г. [Семенова, 2022: 1117].

Периодизация основывается на различных сменах политического курса. Таким образом, в нашем исследовании мы будем придерживаться периодизации в три основных этапа.

История роста населения Китая в период с 1949 по 1976 год перекликается с общей историей Народной Республики за тот же период. После поражения Японии в 1945 году Коммунистическая партия Китая (КПК) вела гражданскую войну против поддерживаемой США националистической партии. После победы коммунистов в 1949 году КПК потребовалось несколько лет, чтобы укрепить свою власть и начать переход к социализму. За этим последовал период Первой пятилетки с 1953 по 1957 год, который ознаменовался коллективизацией сельского хозяйства и социалистическим преобразованием промышленной экономики. Разногласия внутри руководства по таким вопросам, как темпы коллективизации, роль материальных стимулов, были хоть и временно, но решительно пресечены Мао Цзэдуном, который в 1958 году начал «Большой скачок» (кит. 大跃进) [Xu, Xia, 2014].

12 октября 1956 года Мао Цзэдун высказал идею контроля над рождаемостью и семейного планирования во время беседы с женской делегацией из Югославии. В своем выступлении он отметил изменение общественного мнения о пропаганде контроля над рождаемостью, а также выразил необходимость для семей разрабатывать планы на будущее с учетом пятилетних планов страны. Он также обратил внимание на текущий рост населения в Китае на уровне 12–15 миллионов человек в год и противоречие между планированием социального производства и неупорядоченным процессом размножения. Таким образом, Мао Цзэдун выразил необходимость в контроле над рождаемостью и репродуктивным поведением населения [毛泽东与计划生育, 2019].

Это движение было обусловлено маоистской концепцией волюнтаризма, основанной на убеждении в способности человека при определённом руководстве и мотивации преодолевать ограничения материальных ресурсов через организацию массовых и устойчивых усилий. В контексте «Большого скачка», целью было превзойти Советский Союз в уровне развития за счёт массовой мобилизации и «прыжкового» развития [Там же]. Цель состояла в том, чтобы обогнать СССР по уровню развития за счёт одного большого

всплеска мобилизации [毛泽东与计划生育, 2019]. Рост численности населения, несбалансированная экономическая политика и природные катаклизмы привели к «Великому голоду» (кит. 三年大饑荒) 1959–1961 гг., который унес жизни около 36 млн человек. Политика Китая в это время была направлена на сдерживание механического роста городского населения [Семенова, 2022: 119].

Осуществление планирования семьи в 1960-х и 1970-х годах в основном опиралось на систему политики, а именно на нормативные документы Правительства. В начале-середине 1960-х годов работа по планированию семьи начала иметь определенную нормативную формальную основу, некоторые нормативные документы по планированию семьи появлялись повсеместно. В целом, основная функция этих норм заключалась в предоставлении правительству более формальной основы для планирования семьи. Этот процесс остановился во время «культурной революции» (кит. 文化大革命) и не возобновлялся до конца 1970-х годов [Xu, Xia, 2014].

В Конституции 1978 года указывается: «Государство поощряет планирование семьи», что сыграло огромную роль в продвижении легализации формы планирования семьи [苗翠翠, 2021].

В начале и середине 1970-х годов в центре внимания политики был лозунг «Позже, реже, меньше», то есть поощрение более поздних браков, увеличение интервалов между рождениями (от трех до пяти лет) и уменьшение числа рождений (два ребенка или три с накладываемыми ограничениями) [Клюквина, 2020]. К середине десятилетия норма деторождения начала ужесточаться, новым лозунгом стал «Один – не слишком мало, два – достаточно» (кит. 一个孩子不少, 两个孩子正好). В городах молодые пары могли иметь только одного ребенка, в сельской местности настоятельно рекомендовали иметь не более двух.

Конец 20-го века и начало 21-го века стали периодом значительных изменений и вызовов для Китайской Народной Республики. В этом контексте

политическое руководство страны столкнулось с проблемой роста населения, которая носит сложный общественный, экономический и политический характер. Для решения этой проблемы в сентябре 1980 года было опубликовано «Открытое письмо» к членам Коммунистической партии Китая, в котором была высказана необходимость принятия срочных мер по контролю за рождаемостью в связи с ростом численности населения. Акцент был сделан на том, что без принятия адекватных мер численность населения может превысить критическую отметку в 1,5 миллиарда человек к концу столетия и создать социально-экономические проблемы [Ван, 2018].

Политика «Одна семья – один ребенок» (кит. 一胎政策) была введена в действие в период реформ, проводимых режимом Дэна Сяопина. Эти реформы предусматривали освобождение общества от жесткого контроля советского типа, охватывавшего практически все сферы общественной и частной жизни. Процесс изменений проходил фрагментарно, и периоды радикальных изменений часто сопровождалось частичным возвращением к более умеренной политике. Этот паттерн придавал китайской политике циклический или волновой характер [苗翠翠, 2021].

В соответствии с политикой, все пары, как горожане, так и сельчане, обязаны были получить официальное разрешение от государства для того, чтобы иметь право на усыновление детей. Кроме того, местные органы власти разработали специальные нормативы, которые предлагали экономические стимулы для поощрения соблюдения данной политики, а также устанавливали строгие санкции для тех, кто нарушал данные нормы. Также женщина в детородном возрасте обязана была проходить периодическое гинекологическое обследование для того, чтобы гарантировать, что она не планирует беременность, и в случае, если беременность все же наступала, проводился принудительный аборт [Ху, Xia, 2014].

Исключительно важной проблемой в сельских районах Китая является высокая степень недостатка рабочей силы, что обусловлено необходимостью большого числа трудозатрат в сельском хозяйстве. Из-за этой проблемы

происходит участие в трудовых процессах даже очень маленьких детей рабочего возраста с целью обеспечения состояния трудового дохода в семье. Кроме того, следует отметить, что дети в сельских районах Китая были и до сих пор остаются единственным источником поддержки пожилых родителей. Крайне уязвимыми слоями населения в деревнях являются люди, лишенные семьи и бездетные граждане [Ху, Хиа, 2014].

В связи с вышеперечисленными факторами можно заключить, что даже при сокращении рождаемости в сельской местности Китая примерно вдвое в период с 1971 по 1979 годы (с 6,0 до 3,0), большинство жителей сельских районов Китая по-прежнему отрицательно относится к многодетным семьям, что включает в себя и деревенских чиновников, ответственных за выполнение заранее установленной политики. Следовательно, в период проведения реформ в сельской местности после 1978 года, когда вводилась система «одного ребенка», было установлено обязательное введение контроля над рождаемостью после рождения первого или второго ребенка [Ван, 2018].

Изменение политики рождаемости и регулирования семейных отношений в сельских районах Китая в период с 1970-х годов до середины 1980-х годов привело к протестам и сопротивлению жителей деревенской местности. Многие жители деревень предпринимали различные действия для обхода политики, включая временный уход из деревни до завершения периода кампании по планированию рождаемости или до рождения ребенка. Также отмечались случаи использования взяток для получения разрешения на рождение, а также нападения на работников органов по планированию семьи или даже их убийства. С другой стороны, зачастую женщины прибегали к детоубийству, а с середины 1980-х годов стали более распространены аборты по половому признаку. Особенности культуры приведения детей в семьи также проявлялись в том, что в отсутствие семьи с одним ребенком в сельской местности считалось рождение дочери «маленьким счастьем», в то время как рождение сына считалось «большим счастьем» [苗翠翠, 2021].

В конце 1982 года в Китае была начата массовая кампания стерилизации с целью ограничения третьих и последующих родов. Исходя из имеющихся данных, местное давление на достижение целей стерилизации среди женщин, которые ранее завершили свое запланированное деторождение и успешно применяли различные методы контроля рождаемости, было настолько значительным, что они были вынуждены пройти стерилизацию [Назарова, Серова, 2010].

В период развертывания кампании и усиления политических мероприятий, проводившихся в рамках более «либерального» курса китайских правящих классов, программа стерилизации перешла во вторую фазу (1984–1989). Было решено откорректировать политику в сторону учета исключительных случаев. В связи с опасениями по поводу возможной потери авторитета в сельских районах и значительных общественных протестов против политики контроля числа детей, сопровождавшейся часто жесткими мерами, сельские регионы начали экспериментировать с относительной политикой "один ребенок или два ребенка": семьям, у которых уже была дочь, разрешалось иметь второго ребенка, а также пытаться вновь завести ребенка, если первым была девочка [Селиверстова, 2020: 152].

Сельскохозяйственные реформы уничтожили механизмы контроля и власти, которыми ранее пользовались чиновники, что сделало более сложным соблюдение ограничений на рождаемость и заставило их предоставлять недостоверную статистику вместо того, чтобы противостоять социальному давлению со стороны соседей и родственников Китая [Ху, Хиа, 2014].

В результате произошло ослабление централизованного контроля над аппаратом принуждения, и началась поддержка со стороны специалистов и чиновников по планированию рождаемости, высказывавших предложения о том, что политика должна быть более гибкой в различных регионах Китая [Там же].

Политика данного периода характеризуется пропагандой поздних браков, поздних родов, а также резким уменьшением уровня рождаемости в

ходе политики «одна семья – один ребенок». У данной политики также оказались серьезные последствия: дисбаланс полов и старение населения [Селиверстова, 2020]. Старение населения было вызвано уменьшением доли молодежи, а также снижением коэффициента смертности. В связи с ростом численности старших возрастных групп, произошел дисбаланс трудоспособного и нетрудоспособного населения, мужчин и женщин и, как следствие, рост уровня бедности. Эти причины дали толчок к переходу к третьему этапу демографической политики КНР [Лю, 2009: 343; Богданова и др., 2017: 433; Кузнецова, 2019: 39].

В 2013 году произошел коренной перелом в политике деторождения. С приходом нового руководства, правительство начало уделять особое внимание проблеме народонаселения. Решением проблемы послужила политика «Одна семья – два ребенка» (кит. 单独二胎), однако, только для семей, в которых хотя бы один родитель – единственный ребенок в семье [Киреев, 2015: 16].

В конце 2015 года было принято решение о полной отмене демографической политики, введенной Дэном Сяопином и уже с 1 января 2016 г. всем семьям было разрешено иметь двух детей. Итоги политики не оправдали ожидания правительства. Естественный прирост по различным данным составил не более 0,5% за первый год [National Bureau of Statistics of China, 2017].

Социологи отмечают, что за годы существования политики «Одна семья – один ребенок» отношение китайцев к традиционной многодетной семье существенно изменилось, в их сознании уже успела укорениться политика одного ребенка. Поколению «маленьких ванов», без братьев и сестер, не привыкшим к подобным реалиям, может быть тяжело адаптироваться к новым условиям [Гулева, 2016: 38; Куприянова, Янишевская, 2017: 57].

В 2021 году коэффициент рождаемости на женщину снизился до уровня, аналогичного показателям времени «Большого скачка» в 1950-х годах. В результате формирования и реализации государственной политики «Одна

семья – два ребенка», в 2021 году была внедрена политика «Одна семья – три ребенка» на протяжении всей территории страны [Саенко, 2022: 349].

Таким образом, рассмотрев ключевые этапы изменения демографической политики КНР, можно выделить три основных периода развития. В первом периоде (1949–1976) страна восстанавливалась после войны, происходили индустриализация, коллективизация и идеологические кампании, жестких мер контроля рождаемости еще не было. Второй период (1977–2012) характеризуется введением политики «одного ребенка» для контроля над численностью населения и экономическими реформами, вызвавшими старение населения и дисбаланс полов. Начиная с 2013 года, третий период показывает попытки решить проблемы сокращения численности и старения населения, включая ослабление и последующую отмену политики «одного ребенка», позволяя семьям иметь до трех детей для адаптации к экономическим условиям страны.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.

Данная глава представляет собой теоретико-методологическую основу дипломной работы, которая опирается на научные исследования, посвященные анализу политических плакатов в контексте их воздействия на демографическую ситуацию в КНР. Принятие решения по поставленным в начале исследования задачам, таким как проведение аналитического обзора плаката как мультимодального текста в современных исследованиях, исследование мультимодального дискурс-анализа в исследовании влияния политического плаката на рождаемость и демографические процессы, а также рассмотрение трудов по культурологии, истории и социологии, посвященных изучению демографической политики КНР, способствовало достижению цели исследования в теоретическом плане.

Было установлено, что политический плакат представляет собой сложное и многоуровневое явление, включающее как вербальные, так и невербальные элементы, а следовательно, может быть рассмотрено как гетерогенный текст. В ходе исследования были рассмотрены основные термины, используемые в описании данного явления, включая как отечественные, так и зарубежные термины: «креолизованный текст», «поликодовый текст», «мультимодальный текст». Для обеспечения единообразия исследования и предотвращения путаницы в терминологии, вслед за Ю.И. Детинко и Л.В. Куликовой, в данной работе используется термин «мультимодальный».

В ходе исследования были рассмотрены различные методологические подходы к анализу мультимодальных текстов, и в результате был выбран социально-семиотический подход как наиболее подходящий для данного исследования. Данный подход предполагает анализ мультимодального текста через призму визуальных образов, уделяя внимание таким компонентам, как участники коммуникации, их взаимодействие, модальность и композиция. В рамках выбранного подхода были изучены и применены методы анализа

мультимодальных текстов, сфокусированные на функциях изображения, использовании цветовой гаммы и шрифтов. Так, в ходе анализа нами будут рассматриваться модусы: вербальный, визуальный, цветовой и шрифтовой.

Демография Китая представляет значительный интерес не только для самой страны, но и для всего мира, поскольку Китай занимает выдающееся место среди стран с быстроразвивающимся населением. История демографических изменений в Китае непосредственно связана с политическими трансформациями в стране. Н.К. Семенова выделяет три этапа демографической политики Китая, на которых можно сосредоточиться в ходе нашего исследования. Данный подход позволит рассмотреть изображение политических стратегий в политических плакатах в рамках каждого периода отдельно, а также анализ демографии с использованием методов истории, социологии и политической науки способствует более глубокому пониманию культурно-исторического контекста. Таким образом, нами были выделены особенности каждого из периодов.

В течение первого периода (1949–1976) население рассматривалось как стратегический ресурс для восстановления и развития государства. После основания КНР в 1949 году властями активно стимулировалась рождаемость, исходя из предположения, что увеличение численности населения укрепит национальную мощь. Социальные изменения, такие как введение коммунистических реформ, коллективизация сельского хозяйства и национализация промышленности, косвенно способствовали демографическому росту. Существенные улучшения в системе здравоохранения и эффективная борьба с массовыми заболеваниями способствовали снижению смертности и, следовательно, росту численности населения.

Второй период (1977–2012) ознаменовался внедрением политики «одного ребенка» в контексте осознания проблемы перенаселенности и давления на ресурсы. В конце 1970-х годов, под руководством Дэн Сяопина, правительство ввело строгие ограничения на рождаемость, начиная с 1979

года. Меры контроля включали пропаганду, экономические стимулы и принудительные меры такие как стерилизации и аборты. Политика одного ребенка привела к значительным социальным изменениям, включая демографическое старение, дисбаланс полов и возникновение проблем с уходом за старшими поколениями. В сельских районах и среди национальных меньшинств политика одного ребенка применялась менее строго с допущением исключений.

В ходе третьего периода (с 2013 года по настоящее время) наблюдается смягчение политики рождаемости. В ответ на проблемы стареющего населения и дефицита рабочей силы правительство начало смягчать политику одного ребенка. В 2013 году семьям разрешили иметь двух детей, если один из родителей сам был единственным ребенком. В 2016 году была введена общая политика двух детей, а в 2021 году – политика трех детей. В целях поддержки семей правительство разработало и внедрило меры, такие как повышение размера декретных выплат, увеличение длительности отпусков по уходу за детьми и предоставление субсидий на их воспитание. Однако, несмотря на смягчение ограничений, многие семьи остаются не заинтересованными в увеличении числа детей из-за высоких затрат на их воспитание и образование, что продолжает быть вызовом для демографической политики Китая.

Эти три периода демонстрируют значительную эволюцию подходов к демографической политике КНР, отражая изменения в экономических условиях, социальных потребностях и стратегических приоритетах страны. Рассмотрение историко-культурного контекста каждого из периодов позволит нам более глубоко провести анализ плакатов внутри каждого из периодов и сравнительный анализ всех периодов.

ГЛАВА 2. КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ МУЛЬТИМОДАЛЬНЫХ КОМПОНЕНТОВ В ТЕКСТАХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПЛАКАТОВ КНР В ДИАХРОНИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

2.1. Анализ мультимодальных компонентов репрезентации демографического курса в период с 1949 г. по 1976 г.

В данном параграфе исследования рассматриваются плакаты как способ репрезентации демографической политики в период с 1949 по 1976 год. Как нами уже было выявлено в первой главе, демографическая политика КНР в этот период характеризуется социально-экономическими преобразованиями, влиянием идеологии и изменениями в государственном управлении. Сразу после провозглашения КНР правительство сосредоточилось на восстановлении экономики, ущерб которой нанесли многолетние войны и нестабильность. Внимание уделялось здравоохранению и социальному обеспечению, что снизило смертность и увеличило продолжительность жизни. Нами были выбраны 82 плаката, являющихся репрезентативными для нашего анализа. В дальнейшем представлены самые выдающиеся примеры.

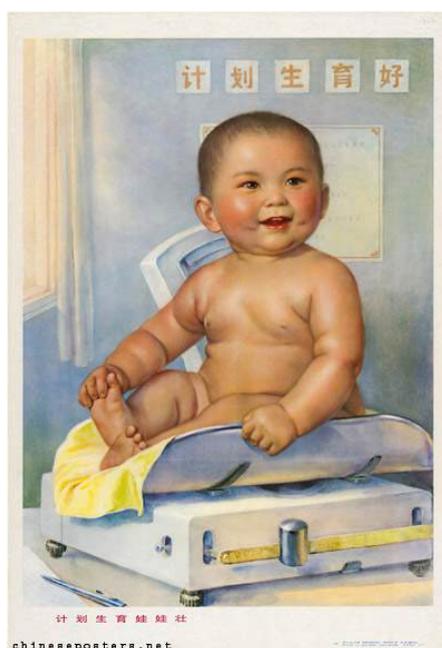


Рисунок 1. Политический плакат первого периода (计划生育好 *Плановое рождение – это хорошо*)

Перейдем к анализу мультимодальных средств репрезентации политики. На плакате (см. Рис. 1) визуальный модус представлен младенцем, сидящим на детских весах, создающим графическую доминанту. Вид ребенка, который выглядит пухленьким и розовощёким, можно интерпретировать как показатель его здоровья. Счастливый взгляд и улыбка младенца также акцентируют внимание и имплицитно передают образ здорового и радостного ребенка.

На фоне изображения видны надписи на китайском языке, которые поддерживают идею планового рождения и его благоприятного влияния на здоровье детей. Комбинация изображения и текста на стене представляет поддержку правительственной политики по планированию семьи, убеждая зрителя в ее пользе для общества.

Изображение выполнено в мягких, светло-голубых тонах, создавая атмосферу спокойствия и безопасности. Такое использование цветового модуса способствует смягчению восприятия информации и укрепляет позитивные эмоциональные ассоциации.

Надписи на стене 计划生育好 *jìhuà shēngyù hǎo* *Плановое рождение – это хорошо* и под фотографией 计划生育 娃娃壮 *jìhuà shēngyù wáwa zhuàng* *Плановое рождение – крепкий малыш* не отвлекают внимание зрителя, а служат дополнением к невербальной составляющей, поддерживающей политику в пользу здоровья детей. Шрифтовой модус на изображении, выполненный в стиле традиционных китайских плакатов, гармонично вписывается в общую композицию.

Подпись к плакату выполняет дейктическую функцию, поскольку она указывает на изображение. Согласно классификации О.В. Поймановой, данный мультимодальный текст классифицируется как изобразительно-центрический, поскольку текст поясняет изображение.

Так, данный мультимодальный текст подчеркивает упомянутую нами специфику данного периода – особое внимание к здравоохранению населения, тем самым призывая реципиентов к рождению здорового потомства.

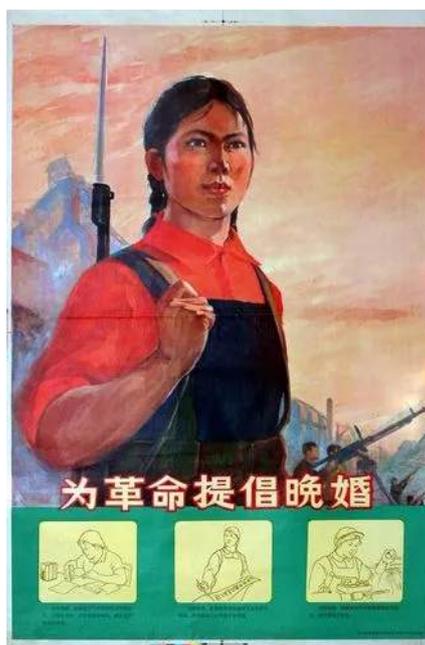


Рисунок 2. Политический плакат первого периода (为革命提倡晚婚 *Проповедовать позднее замужество во имя революции*)

Далее рассмотрим пример, представленный на рисунке 2 (см. Рис. 2). На данном изображении видна девушка, держащая в руках оружие. Ее внешний вид и жесты создают образ сильной и решительной личности, что подчеркивает готовность служить государству. Визуальный модус на заднем плане включает артиллерийские установки и солдат, что указывает на контекст военных действий и усиливает представление о роли девушки в данном контексте. Соединение элементов воинственности и уверенности в поведении персонажа может интерпретироваться как призыв к поддержке государства в условиях военного конфликта.

На переднем плане мы также видим три изображения, иллюстрирующие различные виды женской трудовой деятельности: письмо, работа с документами и шитье. Эти изображения могут быть трактованы как представление женщин в различных социальных и профессиональных ролях, подчеркивающих их многогранную значимость.

Вербальный модус представляет из себя надпись на китайском языке 为革命提倡晚婚 wèi gé mìng tí chàng wǎn hūn *Проповедовать позднее замужество во имя революции* сопровождает изображение и вносит в него ярко

выраженный политический и социальный подтекст. Таким образом, вербальные и невербальные модусы плаката вместе создают вызов к служению и поддержке государства.

Особое внимание стоит уделить использованию красного цвета, что является типичным элементом агитационных плакатов того периода и акцентирует внимание зрителя. С момента основания КНР в 1949 году красный цвет ассоциируется с коммунизмом, революцией и освобождением. В данном случае красная обводка текста также служит средством привлечения внимания аудитории, усиливая воздействие плаката. Шрифтовой модус – заостренный, угловатый, словно подражает плакатам военного времени.

Таким образом, можно заключить, что вербальная и невербальная части взаимно дополняют друг друга, образуя мультимодальный текст, который объединяет визуальные, вербальные и культурные элементы, что свидетельствует об интергративном типе, согласно классификации О.В. Поймановой.

Данный плакат также указывает на свойственную первому периоду черту – привлечение населения к труду во благо государства, этому сопутствовали социальные изменения, такие как введение коммунистических реформ, коллективизация сельского хозяйства и национализация промышленности.



Рисунок 3. Политический плакат первого периода (努力学好基础科学知识 为祖国建设贡献力量 *Стремитесь хорошо усвоить базовые научные знания и внести свой вклад в создание родины*)

Рассмотрим другой пример, представленный на рисунке 3 (см. Рис. 3). На плакате изображена девочка школьного возраста. Она является графической доминантой визуального модуля, демонстрируя мотивированное выражение лица и улыбку, что акцентируется ее рукой, указывающей на город будущего. Этот жест имеет семиотическое значение – он визуально направляет внимание зрителя на ключевой объект.

На переднем плане также видны другие школьники. Их деятельность (учеба и труд) символизирует коллективные усилия по строительству «будущего». Этот элемент усиливает идею о важности коллективной работы и участия молодежи в общественных процессах.

Девочка изображена крупным планом, что придает ей особое значение. На фоне представлен городской ландшафт с многоэтажными зданиями и фабриками. Эти элементы идентифицируют «будущее» как урбанизированное общество с развитыми промышленными и образовательными инфраструктурами. Такой фон символично дополняет и подкрепляет идею о необходимости совместного строительства будущего страны.

Вербальный модуль изображения представлен надписью 努力学好基础知识 为祖国建设贡献力量 nǔlì xué hǎo jīchǔ kēxué zhīshì wèi zǔguó jiànshè gòngxiàn lìliàng *Стремитесь хорошо усвоить базовые научные знания и внести свой вклад в создание родины.* Текст формулирует ценности труда и образования как ключевые элементы пути к развитию страны. Шрифтовый модуль представлен классическим китайским шрифтом, используемым в плакатах.

Цветовой модуль выражен обилием голубого цвета. В китайской культуре свойственно рассматривать голубой цвет как весну и зарождение жизни. Непосредственно в данном плакате это можно интерпретировать как символ зарождения нового будущего, а также призыв к рождению детей, которые станут частью этого будущего.

Композиция и текст изображения связаны с идеей активного гражданского участия молодежи в развитии страны, что может быть

интерпретировано как отражение государственной политики по укреплению патриотических ценностей среди подростков. Яркое голубое небо на заднем плане создает атмосферу оптимизма и чистоты, что символизирует идеальное общество и положительный прогноз на будущее.

Рисунок классифицируется как интегративный мультимодальный текст, который эффективно объединяет изобразительные, текстовые и культурные элементы для передачи конкретных идей и ценностей. Здесь сочетаются визуальные аспекты с вербальными компонентами, что вместе передает комплексное сообщение о важности образования и труда для будущего государства, что так же является одной из особенностей данного периода.



Рисунок 4. Политический плакат первого периода (为革命实行计划 *Планирование семьи для революции*)

Перейдем к анализу следующего плаката (см. Рис. 4). Визуальный модус представлен девушкой. Анализируя её визуальные характеристики, можно сделать вывод, что её одежда (белая шапочка и белый сарафан) символизируют принадлежность к медицинской профессии. В одной руке она держит книгу с сообщением о законе планирования семьи, а в другой руке – контрацептивное средство. Её выражение лица, в частности улыбка, указывает

на позитивное отношение к репрезентируемым вещам: политике планирования семьи и противозачаточным средствам.

Фон изображения насыщен различными действиями и событиями, которые девушка может пережить до становления матерью. Эти элементы передают невербальное послание зрителю, что девушка способна внести значительный вклад в собственное развитие и развитие своей родины, тем самым призывая следовать её примеру.

Важно подчеркнуть, что данный плакат создает синтез современного и традиционного. Девушка на переднем плане одета в современную одежду, а героиня на фоне – в традиционную китайскую, тем самым показывая, что новая политика и выстраивание нового будущего не является попыткой забыть многовековую историю китайцев и их культурные особенности.

Цветовой модус выражен розовым цветом, который считается оттенком красного. Соответственно, он также подчеркивает идею о строительстве коммунизма.

Вербальный модус 为革命实行计划生育 wèi gémìng shíxíng jìhuà shēngyù *Планирование семьи для революции* усиливает это послание. Белый цвет надписи имеет символическую нагрузку, ассоциируясь с искренностью и чистотой мотивов девушки. Шрифтовой модус выражен классическим для китайских плакатов стилем.

Настоящий текст можно охарактеризовать как изобразительно-центрический, поскольку главным элементом является изображение, которое поддерживается текстовой пояснительной информацией.

Таким образом, проанализированные нами модусы плаката создают образ положительного отношения не только к проводимой политике и революции, но и к контрацептивным средствам. Отметим, что для данного периода характерен призыв к добровольному использованию контрацептивных средств. Так, политика регулирует рождаемость в сторону разумного количества человек в семье, а также к поддержанию здоровья и физической формы китайцев. Дополняет это одновременное сочетание

современного и традиционного уклада жизни китайцев, представленное в визуальном модусе.

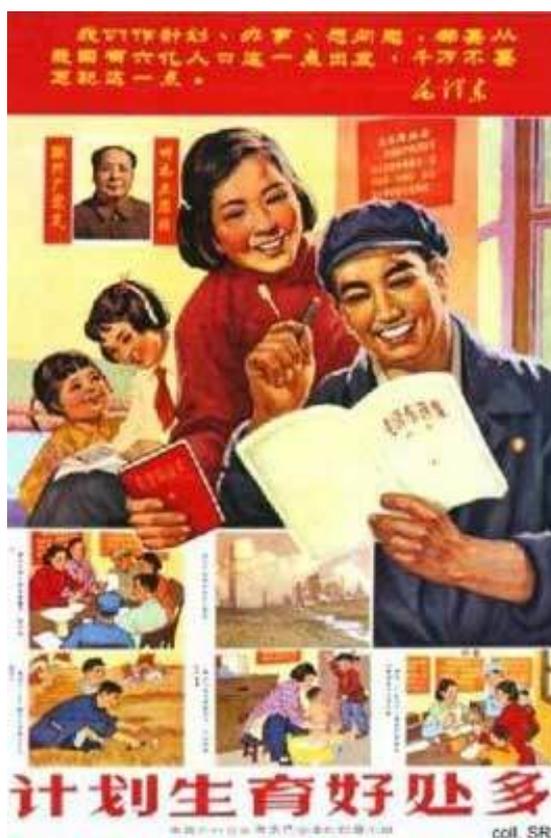


Рисунок 5. Политический плакат первого периода (计划年育好处多

Запланированное рождение имеет много преимуществ)

Перейдем к анализу следующего плаката (см. Рис. 5). Визуальный модус представлен семьей коммунистического строя. На переднем плане изображены родители, которые с улыбками читают книгу с законом о планировании семьи. Их поза и выражение лиц передают позитивное отношение к чтению и поддержке государственной политики. Отец одет в рабочую форму, а мать – в традиционное китайское платье. На заднем плане видны дети, также с улыбками, занимающиеся уроками и общающиеся, что указывает на гармоничную семейную жизнь в условиях коммунистического общества. Старшая дочь изображена в школьной форме, что акцентирует важность образования в данной системе ценностей.

На стене в комнате висит портрет политического лидера Мао Цзэдуна, который является неотъемлемым элементом коммеморации и демонстрации

уважения к национальному лидеру и его политике. Присутствие портрета и обилие красного цвета (символа китайского флага) усиливают эту идеологическую нагрузку, подчеркивая лояльность изображённой семьи к коммунистическим идеалам.

Ниже основного изображения размещены дополнительные изображения, показывающие различные действия семьи во благо государства, что поддерживает и развивает основное послание.

В данном мультимодальном тексте сам визуальный модус играет ведущую роль, являясь ключевым носителем смысла, в то время как вербальный модус 计划生育好处多 *jìhuà shēngyù hǎochù duō* *Запланированное рождение имеет много преимуществ* выполняет пояснительную функцию, усиливая и конкретизируя визуальный модус.

Рассмотренный нами плакат является ярким примером репрезентации ориентации политики первого периода: в нем сочетаются традиции и современность, подчеркивается важность образования, преданность государственному лидеру и, соответственно, проводимой им политике.



Рисунок 6. Политический плакат первого периода (优生优育光荣幸福 *Рождение и воспитание здорового потомства с почётом и благополучием*)

Центральное изображение следующего плаката (см. Рис. 6) – младенец, одетый в традиционную белую китайскую одежду с белым бантом на голове. Этот цветовой код символизирует чистоту и невинность. Физические

характеристики младенца, такие как пухлые розовые щечки и плотное телосложение, выступают индексами, указывающими на хорошее здоровье. Эти визуальные элементы, предлагая непосредственные интерпретации, подпитываются культурно обусловленными знаками.

Предметы, такие как розовый пион и самолет, обладают значительной семантической нагрузкой. Розовый пион выступает как символ национальной идентичности Китая. Пион является отсылкой к женскому началу и часто встречается в многочисленных благопожеланиях. Бабочка, изображенная на плакате, в китайской культуре символизирует мужское начало. Данное сочетание часто встречается не только в плакатах, но и в картинах китайских художников, что имплицитно воздействует на реципиентов. Кроме того, сочетание пиона 富贵花 fùguìhuā и бабочки 蝴蝶 húdié воплощают благопожелание 福叠富贵 fú dié fù guì *счастья, богатства и знатности*, где иероглиф 蝴 hú созвучен иероглифу 福 fú *счастье*, а 蝶 dié – иероглифу 叠 dié *наслаивать*. Самолет, в свою очередь, символизирует технологический прогресс и стремление к развитию. Эти знаки воплощают идею о синтезе традиции и инноваций, поддерживая нарратив о будущих достижениях.

Мужские руки в часах, тянущиеся к ребенку, являются метонимией, представляющей благополучие и заботу, передаваемую через образы рода, мужского ухода и социальной стабильности. Такая метонимия способствует выстраиванию положительной семейной динамики.

Цветовой модус представлен обилием синего и красного цветов. Так, в китайской культуре красный цвет является благопожелательным, символизируя счастье и благополучие, а синий цвет – символ неба, что так же является благопожелательным знаком, поскольку он отсылает к храму Неба в Китае.

Надпись 优生优育光荣幸福 yōushēng yōuyù guāngróng xìngfú *Рождение и воспитание здорового потомства с почётом и благополучием* служит вербальным модуса мультимодального текста. Она обогащает визуальный

посыл, вписывая его в более широкий дискурсивный контекст интегративного типа. Шрифтовой модус соответствует традиционному китайскому шрифту плакатов.

Таким образом, изображение формирует согласованный, гармоничный и многослойный мультимодальный текст, сочетающий визуальные и вербальные модусы для передачи культурных и социально значимых смыслов в трансляции демографического режима, сочетая в себе как стремление к богатому и здоровому будущему, так и отсылки к прошлому китайского народа.

В результате проведенного анализа политических плакатов периода 1949–1976 годов выявлены ключевые аспекты репрезентации демографической политики КНР. Плакаты того времени комбинировали мультимодальные компоненты для создания ярких и убедительных посланий, поддерживающих стратегические цели государства.

1. Плакаты с акцентом на здоровье и планирование семьи:

Визуальное изображение здоровых и счастливых детей (см. Рис. 1) акцентирует внимание на значимости планового рождения для здоровья потомства. Использование мягких тонов и позитивной цветовой палитры способствует формированию положительных эмоциональных ассоциаций.

Призывы к использованию контрацептивных средств и поддержка семенной политики передаются через изображения медицинских работников и соответствующие вербальные компоненты (см. Рис. 4, Рис. 6).

2. Поддержка политического и социального порядка:

Плакаты, такие как на рисунке 2, изображают сильных и независимых женщин, готовых служить государству, что символизирует поддержку коммунистических реформ и коллективизации. Использование образов военной техники и красного цвета подчеркивает решимость и патриотизм.

Рисунки, изображающие гармоничные семьи и учебную деятельность (см. Рис. 3, Рис. 5) подчеркивают важность образования и лояльности к государственному руководству и политике.

3. Особенности культурной и социальной интеграции:

Визуальные и вербальные элементы плакатов демонстрируют синтез традиционных и современных ценностей, что выражено через сочетание традиционной и современной одежды (см. Рис. 4) и использование метонимий, символизирующих культурное богатство и технический прогресс (см. Рис. 6). Также плакаты стремятся укреплять патриотические ценности среди молодежи, подчеркивая ее ключевую роль в строительстве будущего страны.

В целом, проанализированные плакаты демонстрируют активное использование мультимодальных средств для репрезентации демографической политики КНР. Они успешно комбинируют изображения, текст и культурные коды для создания эмоционально и визуально убедительных посланий, поддерживающих идеологию и цели государства.

2.2. Анализ мультимодальных компонентов репрезентации демографического курса в период с 1977 г. по 2012 г.

В данном параграфе нашего исследования мы рассматриваем различные средства репрезентации, которые создают положительный образ политики «Одна семья – один ребенок». В 1970-х годах Китай столкнулся с резким увеличением населения, что угрожало ресурсам и потенциально могло замедлить экономическое развитие. Повышение уровня жизни, улучшение медицинского обслуживания и другие аспекты вызвали естественный рост численности населения, ввиду чего была введена политика одного ребенка. Среди основных положений можно выделить следующие:

- большинству семей разрешалось иметь только одного ребенка.
- были введены строгие наказания за несоблюдение правил, включая штрафы, принудительные аборт и стерилизацию.
- были предоставлены различные льготы для тех, кто следовал этой политике, такие как улучшение условий работы, приоритет в получении жилья и образования для ребенка.

Так, нами было выделено 52 плаката, которые соответствуют нашей задаче. Как и в предыдущем параграфе, мы выделили образы, создаваемые мультимодальными текстами, которые так или иначе воздействуют на аудиторию, убеждая их в необходимости соблюдения проводимой политики.

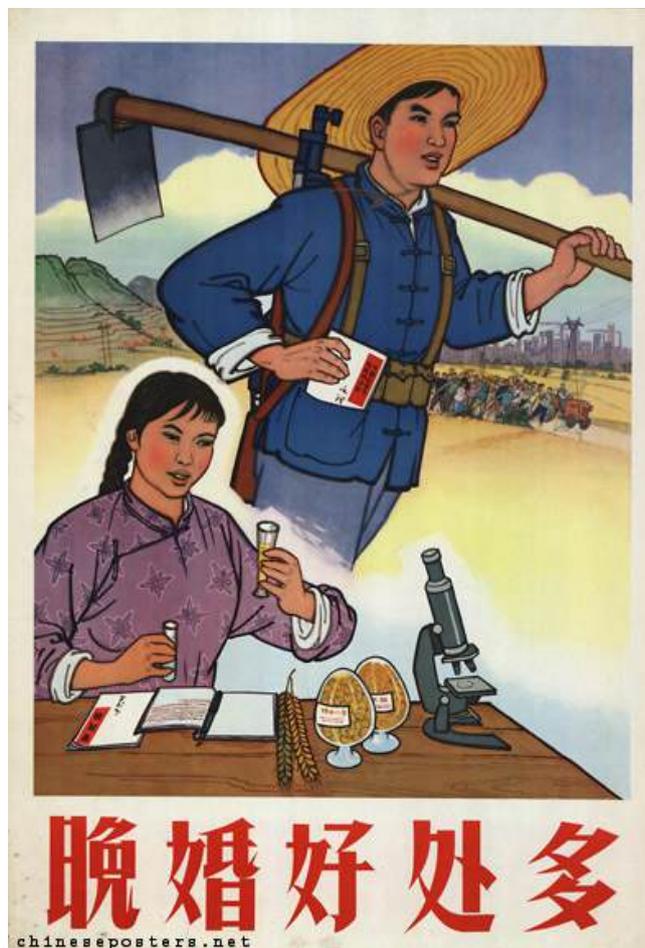


Рисунок 7. Политический плакат второго периода (晚婚好处多 *У позднего брака много преимуществ*)

Перейдем к анализу плакатов. На плакате (см. Рис. 7) визуальный модус представлен молодой парой, которая занимается разными видами деятельности. На основе присутствующих в кадре микроскопа, образцов пшеницы, записей на столе и пробирок в руках девушки, можно сделать вывод, что она занимается научно-исследовательской деятельностью. Женщина одета в традиционную китайскую одежду, что отсылает к культурному наследию Китая. Рабочая форма, ружьё за плечом и лопата в руке указывают нам на

профессиональную занятость мужчины в сельскохозяйственном и охотничьем деле.

Изображение разделена на две чётко различимые части с помощью светлой полосы, разделяющей героев. Так, плакат призывает молодежь Китая не спешить с браком, а посвятить свою молодость образованию, труду и развитию.

Наличие белой книги с законом «Одна семья – один ребёнок» у обоих героев ясно указывает на их поддержку данной государственной политики. Это даёт явный социальный и политический контекст происходящего.

Картине соответствует красная надпись 晚婚好处多 wǎnhūn hǎochu duō *У позднего брака много преимуществ*, что свидетельствует о том, что текст является интегративным. Надпись акцентирует внимание на преимуществах позднего брака, что согласуется с общей политикой государственного контроля над демографией. Шрифтовой модус выражен графичностью и большим количеством откидных черт.

Рассмотренный нами плакат является ярким примером репрезентации ориентации политики второго периода: в нём сочетаются традиции и современность, подчеркивается важность профессионального развития и позднее начало отношений и зарождения семьи. Реципиентам предлагается образ счастливых и образованных людей, которые счастливы сами по себе.



Рисунок 8. Политический плакат второго периода (送药 计划生育工作 *Принимать лекарства Работать по плановому деторождению*)

Перейдем к анализу следующего плаката (см. Рис. 8). Вербальный модус представлен надписью 计划生育工作 *jì huà shēng yù gōng zuò* *Работать по плановому деторождению* и 送药 *sòng yào* *Принимать лекарства*. Важно отметить, что одна из девушек одета в униформу, характерную для медработников (тёмно-синий халат), что позволяет идентифицировать её как врача.

Эмоциональное состояние обеих девушек выражено через их улыбки, что передает позитивный тон общения. Визуальный элемент, где одна девушка вручает другой контрацептивное средство, сопровождается приходом этого средства с улыбкой, что свидетельствует о позитивном восприятии как самого средства, так и политики планового деторождения.

Наличие книги с законом у пациентки также указывает на её информированность и положительное отношение к данной политике. В нижней части рисунка показаны действия и события, которые девушка сможет осуществить или пережить, если отложит рождение ребёнка. Эти элементы служат для подчеркивания преимуществ планового деторождения, создавая убедительный аргумент в пользу отсрочки материнства.

Ниже основного изображения размещены дополнительные изображения, показывающие различные действия девушек во благо государства, что поддерживает и развивает основное послание.

Этот текст можно интерпретировать как интегративный, поскольку он зависит от гармоничного взаимодействия вербальных и иконических компонентов.

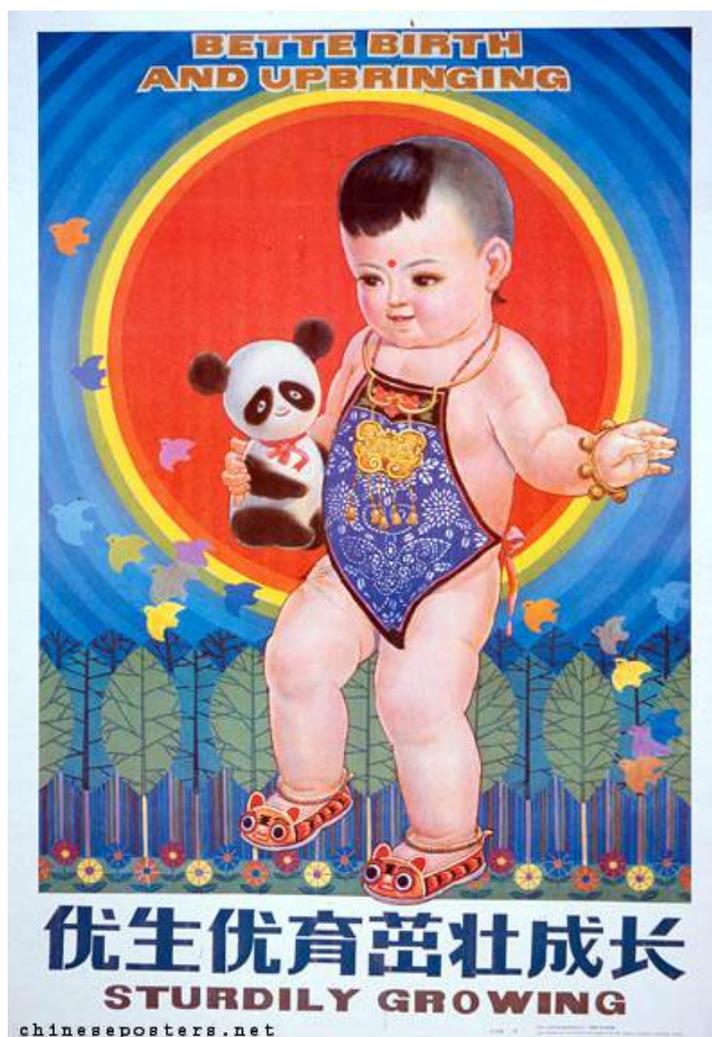


Рисунок 9. Политический плакат второго периода (优生优育茁壮成长 *Рождение и воспитание здорового потомства*)

Рассмотрим рисунок 9. На нём изображён младенец, который окружён культурно значимыми элементами. Традиционная китайская одежда на младенце отражает глубокое уважение к многовековым традициям Китая и символизирует продолжение этих традиций в новых поколениях.

Наличие панды символизирует Китай не только как страну происхождения этого милого и редкого животного, но и подчеркивает национальные ценности, такие как мир, дружелюбие и гармония. Панда часто используется как культурный посол и символ экологической ответственности.

Талисман-оберег в виде тигра на шее младенца является мощным символом силы, защиты и благополучия. В китайской культуре тигр считается охранителем от злых духов и символом мужества. Тигр также занимает одно из почетных мест в китайском зодиаке, что добавляет дополнительное значение к его использованию в детских оберегах.

Благопожелательные тапочки-тигрята на ногах младенца – это не просто элемент традиционного наряда, но и выражение заботы и пожеланий здоровья и счастья на будущее. Тапочки с изображениями тигров могут символизировать желание, чтобы ребенок вырос сильным и смелым.

Совокупность этих элементов формирует мощный культурный код, который служит для поддержания и укрепления национальной идентичности, передавая важные символы и ценности из поколения в поколение. Красное восходящее солнце, находящееся за младенцем, символизирует расцвет нации в контексте проводимой государственной политики. Ребенок представлен пухленький, с розовыми щеками, который спокойно и улыбаясь, смотрит вниз.

Иконическую составляющую дополняет текстовый элемент 优生优育 茁壮成长 yōushēng yōuyù zhuózhùàng chéngzhǎng Рождение и воспитание здорового потомства. Надпись представлена заостренным шрифтом, написанная синим цветом.

Выше мы также можем наблюдать надпись на английском языке 'Bette(r) birth and upbringing' (рус. «Лучшее рождение и воспитание»), что является частым феноменом в плакатах КНР всех анализируемых нами периодов.

Однако стоит отметить, что надпись содержит ошибку в слове better (на плакате мы можем наблюдать – bette). Мы можем предположить, что данная ошибка была допущена ненарочно, поскольку она никак не влияет на восприятие конечного продукта китайцами.

Таким образом, текст и изображение взаимодополняют друг друга, формируя когерентный интегративный дискурс. Объединение вербальных и визуальных компонентов создаёт единый семиотический ресурс, который эффективно коммуницирует целевое послание аудитории.



Рисунок 10. Политический плакат второго периода (优生幸福 *Счастье от рождения здорового ребенка*)

На рисунке 10 изображен ребёнок, сидящий на полу в окружении разнообразных объектов (см. Рис. 10). Ребёнок держит в руках карточки, по всей видимости, изучая животных и птиц. Перед ним располагается корзина с фруктами, сбоку находится игрушечный самолёт, а на заднем плане, на столе, стоит пышный букет роз. Эти элементы визуально передают атмосферу благополучия семьи, в которой растёт ребёнок.

Кроме этого, на стене висит почётная грамота 奖状 *jiǎngzhuàng*, что символизирует признание и почёт, которыми пользуется семья. Данный визуальный контент сопровождается надписью 优生幸福 *yōushēng xìngfú* *Счастье от рождения здорового ребенка*. Эта надпись позволяет заключить, что, вероятно, достигнув определённого возраста и будучи в состоянии полноценно поддерживать своего ребёнка, мать смогла ощутить счастье материнства.

Анализируя данное изображение, можно утверждать, что текст является изобразительно-центрическим, поскольку вербальный компонент играет здесь роль пояснения и лишь усиливает основное визуальное послание.



Рисунок 11. Политический плакат второго периода (别低头! 婚假会掉! 别流泪!
单身狗们会笑! *Не вешайте нос! Медовый месяц можно и пропустить! Не лейте слёзы!
Одинокие тоже умеют смеяться!*)

Рассмотрим рисунок 11 (см. Рис. 11). На нем фигурирует молодая девушка, чье тело и жесты играют ключевую ролевую функцию в передаче символики. Она возвышает руки к небу, что может символизировать обращение к высшим идеалам или духовное поднятие. Её коммунистическая униформа и красная повязка на руке маркируют её принадлежность к Коммунистической партии Китая.

Открытый рот девушки, вероятно, в возгласе, может указывать на призыв или обращение к аудитории. Групповой контекст усиливается присутствием людей позади нее, которые в поддерживающем жесте поднимают руки вверх, при этом держа прижатые к груди книги с законом об одном ребенке. Эти жесты коллективного одобрения, равно как и улыбки на их лицах, символизируют положительное и одобрительное отношение к словам и политике, транслируемой главным персонажем. В данном плакате мы так же можем наблюдать сочетание современности и традиционности, которую мы можем наблюдать в одежде людей, стоящих позади девушки.

Цветовой модус выражен обилием красного цвета в плакате, который имплицитно воздействует на китайцев, символизируя коммунизм. Шрифтовой модус так же более вытянутый, заостренный, также можно заметить его угловатость.

Вербальный компонент изображен в форме красной надписи внизу и выполнен в стиле лозунга, что подтверждается включением словосочетаний, характерных для речевки: 别低头! 婚假会掉! 别流泪! 单身狗们会笑! *Bié dī tóu! Hūnjià huì diào! Bié liúlèi! Dānshēn gǒu men huì xiào! Не вешайте нос! Медовый месяц можно и пропустить! Не лейте слёзы! Одинокие тоже умеют смеяться!* Лозунг выполняет конотативную функцию, направляя интерпретацию зрителя к положительному восприятию изображаемого.

Данный мультимодальный текст представляет собой интегративный синтез визуальных и вербальных элементов, где текст помогает углубить и уточнить посыл плаката. Взаимодействие иконической и вербальной составляющих, создает когерентное дискурсивное пространство, наполненное идеологическим содержанием.

На основе проведенного анализа мультимодальных текстов периода действия политики «Одна семья – один ребенок» в КНР можно сделать несколько выводов:

1. Ориентация на модернизацию через профессиональное и личное развитие:

Плакаты, такие как изображенные на рисунке 7 (см. Рис. 7), подчеркивают важность профессионального развития и позднего брака, что нацелено на создание образа современного гражданина Китая, который вкладывается в научные и экономические достижения страны. Они же подкрепляют идею того, что молодость должна быть посвящена образованию и работе, что служит частью государственной политики контроля над демографией.

2. Поддержка и популяризация медицинских мер по контролю рождаемости:

На плакатах (см. Рис. 8) медицина и планирование семьи подаются в позитивном ключе. Воображаемая ситуация, в которой дружелюбие и доступность противозачаточных средств одобряются обществом, способствует укреплению доверия к государственной политике и создает положительный образ планового деторождения.

3. Традиции и национальная идентичность:

Множество плакатов (см. Рис. 9–10) связывают политику одного ребенка с культурными элементами. Здесь наблюдается сочетание традиционных символов с современными национальными достижениями, создавая представление о том, что ограничение числа детей не противоречит, а способствует сохранению и укреплению культурных ценностей.

4. Позитивные перспективы и благополучие общества:

В плакатах часто используется позитивное визуальное и текстовое оформление (см. Рис. 10), чтобы подчеркнуть, что соблюдение политики ведет к улучшению материального и социального благополучия семьи. Эти образы играют ключевую роль в убеждении аудитории принять и соблюдать демографическую политику государства.

5. Коллективное сознание и поддержка политики:

Как видно на рисунке 11 (см. Рис. 11), элементы коммунистической символики и лозунгов создают убеждение, что поддержка демографической политики является коллективной и общенациональной задачей. Подобные

плакаты формируют ощущение единства и причастности к национальным целям.

Из вышеизложенного следует, что демографическая политика КНР с 1977 г. по 2015 г. поддерживалась широким использованием визуальных символов и текстов, которые представляли эту политику как путь к модернизации, национальному благополучию и сохранению культурных ценностей. Эти мультимодальные репрезентации способствовали формированию положительного образа политики в обществе, подчеркивая ее преимущества и важность для будущего нации.

2.3. Анализ мультимодальных компонентов репрезентации демографических курсов в период с 2015 г.

С 2015 года по 2024 год демографический курс КНР претерпел значительные изменения, обусловленные необходимостью адаптации к новым социально-экономическим реалиям и изменяющимся нуждам общества. В 2015 году Китай официально завершил политику одного ребенка, введенную в 1979 году, и заменил ее на политику двух детей в каждой семье. Это радикальное изменение было вызвано демографическими вызовами, такими как старение населения и уменьшение численности трудоспособного населения. Несмотря на это, рождаемость в стране не возросла до ожидаемых уровней, что побудило правительство к более активным действиям.

В 2021 году КНР перешла к новой фазе демографической политики, разрешив семьям иметь до трех детей. Это решение было принято на фоне продолжающегося старения населения и стремительного сокращения числа молодых людей, что напрямую влияло на долгосрочные экономические перспективы страны. Целью этих мер было стимулирование рождаемости и коррекция демографического дисбаланса.

Для поддержки семей с детьми правительство также внедряло разные стимулирующие меры, такие как финансовые льготы, улучшение системы

материнского и детского здравоохранения и расширение доступа к дошкольному образованию. Важным аспектом стало и улучшение условий для женщин на рынке труда, включая предоставление более гибких условий работы и расширение прав по уходу за детьми.

С 2023 года китайское правительство начало реализацию национальной стратегии по повышению качества населения. Это включает в себя улучшение образовательных стандартов, доступ к медицинским услугам и общую социально-экономическую поддержку семей. Особое внимание уделяется внедрению технологий и инноваций для повышения продуктивности и обеспечения устойчивого экономического роста, несмотря на демографические трудности.

В данном параграфе нашего исследования мы рассматриваем различные средства репрезентации, которые создают положительный образ политики. В соответствии с нашей задачей было выделено 87 плакатов обоих курсов политики.



Рисунок 12. Политический плакат третьего периода (两个娃好 *Два малыша – это хорошо*)

В представленном плакате (см. Рис. 12), рассматриваемом в рамках лингвистического мультимодального дискурс-анализа, изображена семья из четырех человек: родители, дочь и сын, что конституирует центральный иконический компонент плаката. Родители держат детей за плечи в жесте, напоминающем объятие, что отражает теплые семейные отношения, подтверждаемые улыбчивыми выражениями лиц всех членов семьи. Семья окружена элементами, такими как деревья и здания на заднем плане, в то время как значительную часть композиции занимает небо.

Вербальный модус плаката – надпись 两个娃好 liǎng gè wá hǎo *Два малыша – это хорошо* выполнен кругловатым шрифтом и использует яркие цвета – желтый и розовый, что служит графическим маркером, выделяющим ключевое сообщение на фоне общей цветовой палитры плаката. Дополнительно присутствует текст 全面实施二胎政策 quánmiàn shíshī èrtāi zhèngcè *Полномасштабная реализация политики «Одна семья – два ребенка»*, который лексически и синтаксически подкрепляет основное идеологическое послание плаката.

Таким образом, данный плакат представляет собой яркий пример выделительного типа мультимодального текста, в котором основополагающий иконический компонент (семья с двумя детьми) подчеркивает и визуально репрезентирует суть государственной политики, в то время как вербальный компонент преобладает, направляя и формулируя интерпретацию визуальных элементов для целевой аудитории.

Образ, выделенный в плакатах демографического курса «Одна семья – три ребенка», производит визуальный эффект, аналогичный предыдущей политике поощрения увеличения рождаемости. Основное отличие заключается в изменении названия политики и увеличении количества рекомендованных детей с одного до трех.



Рисунок 13. Политический плакат третьего периода (全面实施三胎政策
Полномасштабная реализация политики «Одна семья – три ребенка»)

Второй значимый образ – это образ позитивного отношения к государству. На приведенном плакате в визуальном модуле (см. Рис. 13) изображена семья из пяти человек, держащихся за руки. Родители, свободными руками указывая на флаг КНР, апеллируют к авторитету и символизму государства Китая. Фон изображения, с морем на заднем плане, намекает на семейный отдых, что подчеркивает финансовую состоятельность родителей, способных прокормить троих детей.

Стоит отметить, что двое из трех детей – девочки. Этот визуальный элемент, повторяющийся на большинстве плакатов того периода, имплицитно стимулирует рождаемость девочек. В разделе теоретического осмысления было установлено, что такая направленность связана с гендерным дисбалансом, возникшим вследствие политики «Одна семья – один ребенок», который до сих пор не устранен.

Птицы на заднем плане символизируют процветание и развитие страны и семьи при соблюдении новой демографической политики. Красная надпись

全面实施三胎政策 *quánmiàn shíshī sān tāi zhèngcè* Полномасштабная реализация политики «Одна семья – три ребенка» объединяет вербальный и невербальный модусы текста, что позволяет классифицировать данный плакат как интегративный.

Анализ демографического курса КНР в период с 2015 по 2024 год показывает значительные изменения и адаптации, направленные на корректировку демографического дисбаланса и стимулирование рождаемости в стране. Рассмотрение пропагандистских плакатов этого периода позволяет выявить основные послания и их влияние на целевую аудиторию.

1. Репрезентация семьи в плакатах:

Плакаты являются основным средством передачи новых демографических установок. Например, плакат на Рисунке 12 (см. Рис. 12), транслирует образ семьи с двумя детьми, акцентируя на теплоте семейных отношений и благосостоянии через изобразительные компоненты и вербальные утверждения. Аналогично, плакат на Рисунке 13 (см. Рис. 13) демонстрирует семью с тремя детьми и усиливает позитивное восприятие новой демографической политики через ассоциации с государственными символами и финансовым благополучием.

2. Пропаганда государственной поддержки:

Плакаты подчеркивают поддержку государства для многодетных семей, что видимо в вербальных компонентах, таких как 全面实施二胎政策 и 全面实施三胎政策 (см. Рис. 12, Рис. 13). Эти лозунги направляют и формулируют интерпретацию визуальных элементов, ассоциируя их с благоприятными условиями для жизни и воспитания детей.

3. Гендерные аспекты:

Важным аспектом, отмеченным в плакатах, становится стимулирование рождения девочек, что имеет целью исправление многолетнего гендерного дисбаланса, возникшего вследствие политики одного ребенка. Специфические визуальные репрезентации, такие как изображение двух девочек из трех детей на плакатах, имплицитно поддерживают эту инициативу.

4. Влияние на общественные настроения:

Плакаты, использующие яркие цвета, дружелюбные шрифты и позитивные образы, играют ключевую роль в формировании общественных настроений и принятии новых демографических мер. Они визуально позиционируют многодетные семьи как модель успеха и процветания, подчеркивая важность следования государственной политике для обеспечения региональной и семейной стабильности.

Таким образом, проведенный анализ плакатов, используемых для представления демографической политики в период с 2015 года по настоящее время, позволяет выявить эволюцию визуального представления данного вопроса. Обнаруживается расширенное применение цвета, графических элементов и изображений для привлечения внимания к демографической тематике. Кроме того, отмечается тенденция к использованию современных дизайнерских приемов, включая минимализм, плоский дизайн и векторную графику. Лингвистический анализ текстов на плакатах также указывает на изменения в тоне и акцентах, отражающих трансформацию общественного мнения относительно демографических вопросов. Таким образом, общее визуальное восприятие и коммуникативная стратегия данной тематики значительно изменились, что отражает динамику общественного отношения к данному вопросу и последние тенденции в визуальных методах передачи информации о демографическом курсе.

В заключение, демографические плакаты КНР в период с 2015 по 2024 год являются не только средством информирования, но и инструментом убеждения, направленным на повышение рождаемости и улучшение демографических показателей в стране через создание позитивных, эмоционально заряженных образов многодетных семей и государственной поддержки.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Во второй главе нашего исследования мы проанализировали применения демографической политики через политические плакаты. Изучив 221 единицу иллюстративного материала на современном китайском языке, мы установили следующие положения:

Проанализированные плакаты первого периода (1949–1976 гг.) иллюстрируют ключевые аспекты демографической политики КНР посредством сочетания мультимодальных компонентов, направленных на создание ярких и убедительных посланий, поддерживающих стратегические цели государства. Изображения здоровых и счастливых детей в плакатах акцентируют внимание на значимости планового рождения для улучшения здоровья потомства. Плакаты использовали мягкие тона и позитивную цветовую палитру для формирования положительных эмоциональных ассоциаций. Визуальные элементы, такие как медицинские работники, сопровождалась вербальными компонентами, призывающими к использованию контрацептивных средств. На плакатах изображались самостоятельные женщины, символизирующие поддержку коммунистических реформ и коллективизации. Образы военной техники и красного цвета подчеркивали решимость и патриотизм. Другие плакаты изображали гармоничные семьи и учебную деятельность, тем самым подчеркивая важность образования и лояльности к государственному руководству.

Визуальные и вербальные модусы иллюстрировали синтез традиционных и современных ценностей, используя метонимии для символизации культурного богатства и технического прогресса. Плакаты укрепляли патриотические ценности среди молодёжи, подчеркивая её ключевую роль в строительстве будущего страны.

Плакаты, создаваемые в период с 1977 по 2015 год, акцентировали внимание на значимости профессионального развития и позднего брака, подкрепляя идеологию государственной политики контроля над демографией

через образование и работу. Трансляция позитивного восприятия планирования семьи и доступности противозачаточных средств способствовало укреплению доверия к государственной политике.

Другой яркой чертой этого периода является комбинация традиционных и современных символов. Это демонстрировало, что политика одного ребенка способствует сохранению и укреплению культурных ценностей.

Использование позитивных визуальных и вербальных модусов подчеркивало улучшение материального и социального благополучия семьи благодаря соблюдению государственной политики. Элементы коммунистической символики и лозунгов отмечали, что поддержка демографической политики является коллективной задачей.

С началом корректировки демографической политики с 2015 года плакаты начали отражать новые установки. Плакаты начали акцентировать на многодетных семьях, подчёркивая теплоту семейных отношений и поддержку государства. Визуальные репрезентации стимулирования рождения девочек направлены на исправление гендерного дисбаланса, возникшего вследствие предыдущей политики. Яркие цвета, шрифты и позитивные образы оказывали сильное воздействие на формирование общественного мнения и принятие новых демографических мер.

Исследование демонстрирует, что в период с 2015 по 2024 годы пропагандистские плакаты КНР эволюционировали в применении визуальных символов и текстов, представляя демографическую политику как путь к модернизации, национальному благополучию и сохранению культурных ценностей. Современные дизайнерские приёмы, включая минимализм и векторную графику, способствовали изменению общественного мнения относительно демографических вопросов и усилили коммуникативную эффективность данных. Таким образом, демографические плакаты КНР становятся инструментом убеждения, направленным на повышение рождаемости и улучшение демографических показателей в стране.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цель настоящего исследования заключалась в выявлении специфики мультимодальных компонентов политических плакатов, транслирующих демографическую политику КНР, в диахроническом аспекте.

Основываясь на научных исследованиях, данное исследование охватывает анализ политического плаката как мультимодального текста, мультимодального дискурс-анализа и трудов по культурологии, истории и социологии, посвященных изучению демографической политики Китая. Это позволило достичь целей исследования в теоретическом плане.

Установлено, что политический плакат является сложным и многоуровневым явлением, содержащим как вербальные, так и невербальные элементы, и должен рассматриваться как мультимодальный текст. Для анализа использовались различные термины, однако в целях единообразия и предотвращения путаницы в терминологии используем термин «мультимодальный».

Было установлено, что в ходе исследования стоит использовать именно социально-семиотический подход, предусматривающий анализ мультимодального текста через визуальные образы, учитывая такие компоненты, как модальность, композиция и взаимодействие участников коммуникации, при этом необходимо выделять вербальный, визуальный, цветовой и шрифтовой модусы.

Благодаря изучению трудов по культурологии, истории, социологии, посвященных изучению демографической политики КНР, было выявлено, что демография Китая играет ключевую роль как для самой страны, так и для мирового сообщества, так как Китай имеет значительное влияние благодаря своему быстроразвивающемуся населению. В настоящей работе мы опирались на периодизацию Н.К. Семеновой, которая выделяет три этапа демографической политики Китая, что позволяет провести анализ политических плакатов в контексте каждого периода. Первый период

(1949–1976) ознаменовался стимулированием рождаемости в рамках коммунистических реформ, второй (1977–2012) – внедрением политики «одного ребенка» для решения проблемы перенаселенности, третий (с 2015 по настоящее время) – смягчением ограничений на рождаемость в ответ на старение населения и дефицит рабочей силы.

Во второй главе был проведен анализ политических плакатов трех периодов демографической политики, создаваемых на протяжении всей истории КНР (1949–2024). Так, были нами исследованы 202 единицы иллюстративного материала и выявлены основные мультимодальные средства, с помощью которых оказывалось влияние демографической политики.

В плакатах периода 1949–1976 годов основное внимание уделялось значимости здоровья и планового рождения для потомства. Плакаты активно использовали образы здоровых и счастливых детей, медицинских работников и вербальные компоненты, что способствовало положительным эмоциональным ассоциациям с государственной демографической политикой. Кроме того, акцент делался на поддержку политического и социального порядка, изображая сильных женщин, гармоничные семьи и учебную деятельность, подчеркивая важность образования и лояльности к государственному руководству.

С 1977 по 2015 год плакаты продолжили активно поддерживать демографическую политику с помощью визуальных символов и текстов, направленных на модернизацию, профессиональное развитие и популяризацию медицинских мер по контролю рождаемости. Они интегрировали традиционные культурные элементы с современными достижениями, формируя образ ограниченного числа детей как способствующего национальному благополучию и сохранению культурных ценностей. Позитивные перспективы и благополучие общества также были ключевым мотивом плакатов, убеждая аудиторию в необходимости соблюдения государственной политики.

Период с 2015 по 2024 год ознаменовался значительными изменениями в демографическом курсе, направленными на стимулирование рождаемости и корректировку демографического дисбаланса. Плакаты этого периода передавали новые демографические установки, изображая семьи с двумя и тремя детьми, и акцентировали государственную поддержку многодетных семей. В этот период также уделялось внимание гендерным аспектам, стимулируя рождение девочек для исправления гендерного дисбаланса, возникшего вследствие предыдущей политики одного ребенка. Важную роль играли визуальные элементы, которые приносили яркие цвета, шрифты и позитивные образы, создавая эмоционально заряженные образы многодетных семей и государственной поддержки.

Таким образом, политические плакаты КНР являются мощным инструментом государственной пропаганды, эволюционно адаптируясь к изменяющимся социальным и политическим условиям страны. Они успешно комбинируют визуальные и вербальные элементы, создавая убедительные и эмоционально насыщенные послания, которые поддерживают идеологию и стратегические цели государства в области демографической политики. В перспективе подобный анализ может применяться для понимания и улучшения эффективности других форм политической коммуникации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Амурская О.Ю., Егорова А.Д. Прагматический анализ поликодового текста (плаката) в политике Австрийской Республики 20-х годов // Политическая лингвистика, 2020. Т. 3. Вып. 81. С. 46–52.
2. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М.: Академия, 2003. 128 с.
3. Ариас А.М. Поликодовый текст как семиотико-семантическое и эстетическое знаковое единство (на примере немецкой карикатуры) // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. Вып. 6. С. 62–65.
4. Байкова А.В. Мультиmodalный дискурс-анализ как один из методов коммуникативно-прагматического подхода к пониманию языка и текста // Вестник Шадринского государственного педагогического университета, 2022. №2 (54). С. 230–234.
5. Бернацкая А.А. К проблеме о «креолизации» текста: история и современное состояние // Речевое общение: специализированный вестник, 2000. Вып. 3. С. 104–110.
6. Богданова А.В. Петухова А.Н. Романова И.В. Из истории демографии Китая // Студенческая наука и XXI век. Серия: Экономические науки. 2017. Вып. 15. С. 433–434.
7. Баженова Е.С. Население Китая в эпоху модернизации и экономических реформ // Проблемы Дальнего Востока. 2009. Вып. 5. С. 212–129.
8. Вальтер Х. Лозунг как речевой жанр публицистического дискурса // Научный журнал международной медиалингвистической комиссии Международного комитета славистов. Серия: Медиа-лингвистика, 2016. Т. 3. С. 33–45.

9. Вартанова Л.К. Социальный плакат в системе визуальной коммуникации // Вестник Института мировых цивилизаций, 2019. Т. 10. Вып. 1. С. 22–26.
10. Волоскович А.М. Иконотекст как разновидность полимодальной гибридизации // Вестник Московского государственного лингвистического университета, 2011. Вып. 5. С. 25–35.
11. Ворошилова М.Б. Креолизованный текст в политическом дискурсе // Политическая лингвистика, 2007. Вып. 3. С. 73–78.
12. Головина Л.В. Влияние иконических и вербальных знаков при смысловом восприятии текста. М., 1986. 173 с.
13. Гулева М.А. Отмена политики «Одна семья – один ребенок» в Китае // Азия и Африка сегодня, 2016. Вып. 6. С. 36–41.
14. Данилова Ю.Ю., Нуриева Д.Р. Советские плакаты как средство визуально-вербальной политической агитации // Мир науки, культуры, образования, 2015. Вып. 2. С. 408–411.
15. Детинко Ю.И. Мультимодальный текст как предмет анализа // Казанская наука, 2020. Вып. 10. С. 113–116.
16. Детинко Ю.И., Куликова Л.В. Политическая коммуникация: опыт мультимодального и критического дискурса-анализа: монография. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2017. 168 с.
17. Зуенко И.Ю., Резникова Д.А. Использование элементов традиционной культуры в оформлении материалов китайских СМИ (после образования КНР) // Известия Восточного института, 2015. № 4 (28). С. 75–84.
18. Ирисханова О.К. Семиотика плаката в социокогнитивном освещении: лейбористы, капиталисты и углеродные следы // Актуальные проблемы английского языкознания: сб. науч. статей. К юбилею профессора О.В. Александровой / под ред. Т.А. Комовой, Д.С. Мухортова. М.: МАКС Пресс, 2012. С. 313–335.

19. Киреев А.А. Изменения демографической политики Китая // Ученые записки КнАГУ. Серия: Социология, 2015. Т. 2. Вып. 2. С. 15–17.
20. Клюквина А.С. Этапы демографической политики в КНР, Новосибирск. МНСК, 2020. С. 94–95.
21. Кузнецов Д.В. Китайский пропагандистский плакат: история и современность. Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2020. 200 с.
22. Кузнецова С.В. Демографические процессы в КНР как фактор внутренних проблем и диспропорций // Социодинамика, 2019. Вып. 5. С. 33–42.
23. Куприянова Ю.А., Янишевская А.И. Новая демографическая политика в Китае: «Одна семья – два ребенка» // Демографическое обозрение, 2017. Т.4. Вып. 2. С. 53–64.
24. Лю В. Демографическая ситуация в КНР // Социально-гуманитарные знания, 2009. Вып. 2. С. 341–346.
25. Матисон Д. Медиа-дискурс. Анализ медиа-текстов. Харьков: Гуманитарный центр, 2013. 264 с.
26. Мусохранова А.А., Крапивкина О.А. Типология креолизованных текстов // Европейский научный журнал. Иркутск: Издательство Иркутского государственного технического университета, 2014. Вып. 3. С. 48–57.
27. Мухаметшина Д.Р. Политические плакаты эпохи перестройки как социокультурное и коммуникативно-прагматическое единство // Филологические науки. Вопросы теории и практики, 2022. Т. 15. Вып. 10. С. 3202–3207.
28. Омеляненко В.А., Ремчукова Е.Н. Поликодовые тексты в аспекте теории мультимодальности // Коммуникативные исследования, 2018. №3 (17). С. 66–78.
29. Павлина С.Ю. Политический плакат как поликодовый текст. Политическая лингвистика, 2019; 2 (74). С. 100–106.
30. Пойманова О.В. Семантическое пространство видеовербального текста. М.: Академия, 1997. 237 с.

31. Русакова А.С. Рождение первых печатных шрифтовых плакатов // Художественное наследие и современность. Сборник научных трудов. Вып. 4: материалы межвузовской научно-практической конференции аспирантов и студентов. СПб.: Астхгрион, 2007. С. 112–118.
32. Саенко К. Демографический кризис в Китае и новая политика «одна семья – три ребенка» // Историческая социология и современное социальное развитие в России и Китае: сб. статей XVIII российско-китайской социологической конференции. Санкт-Петербург: Центр научно-производственных технологий «Астерион», 2022. С. 347–350.
33. Селиверстова Ю.А. Демографическое будущее Китая // Демографическое обозрение, 2020. Т. 7. Вып. 4. С. 149–165.
34. Семенова Н.К. Демографическая политика КНР и проблема старения населения // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. Серия: Социологические науки, 2022. Т. 5. Вып. 1. С. 1117–1123.
35. Смертин Ю.Г. Политика и визуальная пропаганда в Китайской Народной Республике // Человек. Сообщество. Управление, 2012. № 3. С. 15–20.
36. Сонин А.Г. моделирование механизмов понимания поликодовых текстов: дисс. ... канд. филол. наук. М., 2006. 323 с.
37. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. Оптимизация речевого воздействия: коллективная монография. М., 1990. 180 с.
38. Сымонович Ю.В. Плакат как средство социальной рекламы: его значение и принципы выразительности // Труды БГТУ. Серия 4: Принт и медиатехнологии, 2018. №1 (207). С. 120–124.
39. Тарасов Е.Ф. Смысловое восприятие креолизованного текста // Креолизованный текст: смысловое восприятие: коллективная монография / отв. ред. И. В. Вашунина. М.: Институт языкознания РАН, 2020. 206 с.

40. Фоминых С.С. Политический плакат ГДР как тип текста // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Серия: Филология. Искусствоведение, 2009. Вып. 31. С. 130–133.
41. Червякова Л.В. Семиотический подход к анализу креолизованных текстов на предмет выявления экстремистской направленности // Известия Саратовского университета. Серия: Филология. Журналистика, 2016. Вып. 16. С. 41–44.
42. Чернявская В.Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. М., 2009. 248 с.
43. Чернявская В.Е. Визуальность в социокультурной проекции // Праксема. Проблемы визуальной семиотики, 2021. № 2 (28). С. 96–109.
44. Чихольд Я. Новая типографика. Руководство для современного дизайнера. М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2011. 244 с.
45. Шиляев К.С., Шлотгауэр Е.А. Визуализация концептуальной метафоры в печатных рекламах вина // Вестник Томского государственного университета. Филология, 2020. № 67. С. 154–173.
46. Янь Ц., Лю Л., Цзяо М. Мультимодальные метафоры ядерных ценностей китайского социализма в языковом ландшафте // Политическая лингвистика, 2022. № 3 (93). С. 152–159.
47. 2016: A Good Start for China's Economy during the 13th Five-Year Plan Period [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://inlnk.ru/oe6XPa> (дата обращения: 15.11.2022).
48. Chilton P. Introduction: Themes and principles in the analysis of political discourse // Politics as text and talk: Analytic approaches to political discourse / ed. by P. Chilton, C. Schäffner. Amsterdam: John Benjamins Publishing Co, 2002. P. 1–41.
49. Felde N.I. Poster Design: An examination of history, theory, practice and potential. Massachusetts Institute of Technology, 1982. 306 p.
50. Hill K. The Political Body. Posters from the People's Republic of China in the 1960s and 1970s. London: Westminster, 2004.

51. Hofstede G. Insights [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://www.hofstede-insights.com/> (дата обращения: 10.05.2024).
52. Jenner E.A. et al. Hand hygiene posters: motivators or mixed messages? // *Journal of Hospital Infection*. Vol. 60. 2005. P. 218–225.
53. Jewitt C. Different Approaches to Multimodality. *The Handbook of multimodal analysis* / ed. by C. Jewitt. London: Routledge, 2009. P. 28–39.
54. Kress G., Leeuwen T. van *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. New York: Routledge, 2006. 204 p.
55. O'Halloran K.L. Smith B.A. Multimodal text analysis [Электронный ресурс]. URL: <https://goo.su/erKNSP> (дата обращения: 21.02.2023).
56. Pryshchenko S.V. Cultural heritage of a poster: communicative and creative experience // *Vilnius Gediminas Technical University*. Vol. 14. №. 1. 2021. P. 18–33.
57. Salinatin M.S., Mustaffa H.A., Adzrool I.I. Diabetic Healthcare Awareness in Malaysia: The Role of Poster as a Communication Medium // *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Vol. 98. 2013. P. 539–544.
58. Vigliocco G., Perniss P., Vinson D. Language as a multimodal phenomenon: implications for language learning, processing and evolution // *Philos Trans R Soc Lond B Biol Sci*. 2014. 369 (1651). P. 1–7.
59. Xu A. Xia Y.R. The changes in mainland Chinese families during the social transition: a critical analysis // *Journal of Comparative Family Studies*. 2014. 45:1. P. 31–53.
60. 毛泽东与计划生育, 2019。 [Мао Цзэдун и планирование семьи] [Электронный ресурс]. URL: <https://inlnk.ru/NDM6xD> (дата обращения: 15.11.2022).
61. 苗翠翠。“人口”的历史出场与生命政治学的诞生。四川大学高水平, 2021。 [Мяо Цуйкуи. Исторический облик населения и зарождение биополитики].

Плакаты первого периода



Рисунок 1. Политический плакат первого периода



Рисунок 2. Политический плакат первого периода

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)



Рисунок 3. Политический плакат первого периода



Рисунок 4. Политический плакат первого периода



Рисунок 5. Политический плакат первого периода



Рисунок 6. Политический плакат первого периода

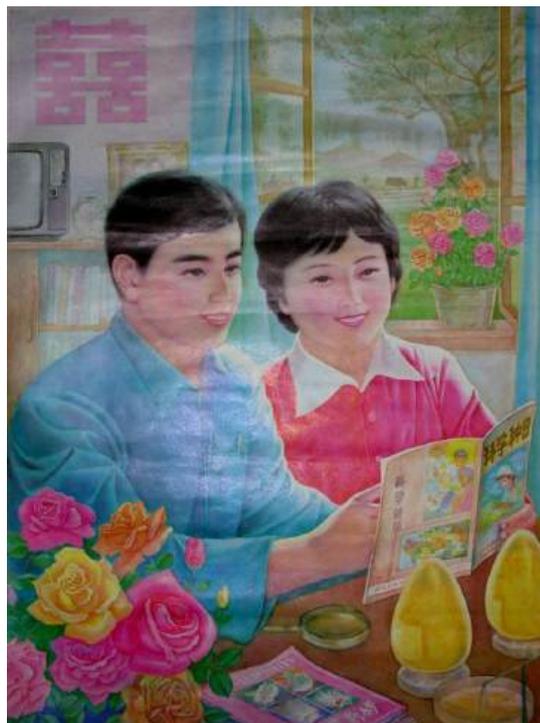


Рисунок 7. Политический плакат первого периода



Рисунок 8. Политический плакат первого периода



Рисунок 9. Политический плакат первого периода



Рисунок 10. Политический плакат первого периода

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)



Рисунок 11. Политический плакат первого периода



Рисунок 12. Политический плакат первого периода



Рисунок 13. Политический плакат первого периода



Рисунок 14. Политический плакат первого периода



Рисунок 15. Политический плакат первого периода



Рисунок 16. Политический плакат первого периода



Рисунок 17. Политический плакат первого периода



Рисунок 18. Политический плакат первого периода

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)



Рисунок 19. Политический плакат первого периода



Рисунок 20. Политический плакат первого периода

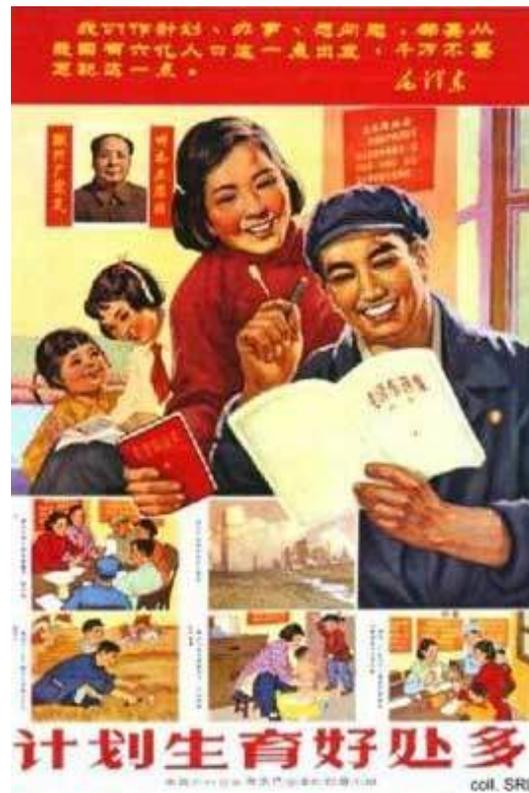


Рисунок 21. Политический плакат первого периода



Рисунок 22. Политический плакат первого периода



Рисунок 23. Политический плакат первого периода



Рисунок 24. Политический плакат первого периода



Рисунок 25. Политический плакат первого периода



Рисунок 26. Политический плакат первого периода



Рисунок 27. Политический плакат первого периода

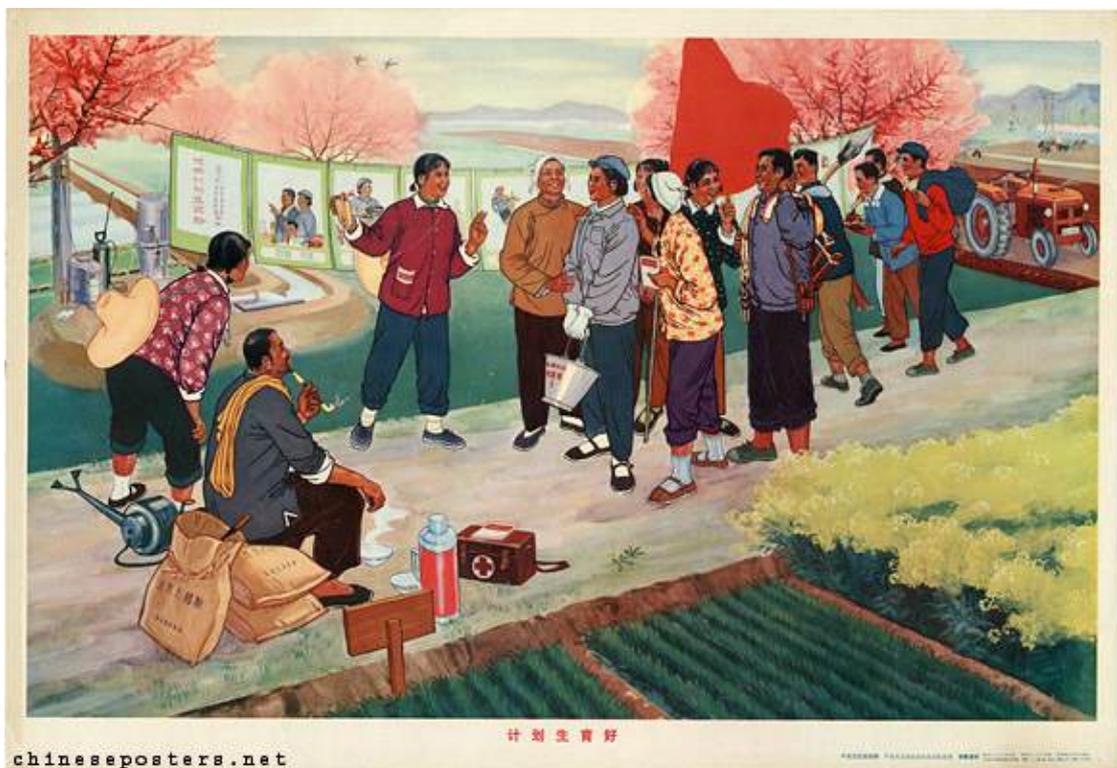


Рисунок 28. Политический плакат первого периода



Рисунок 29. Политический плакат первого периода



Рисунок 30. Политический плакат первого периода

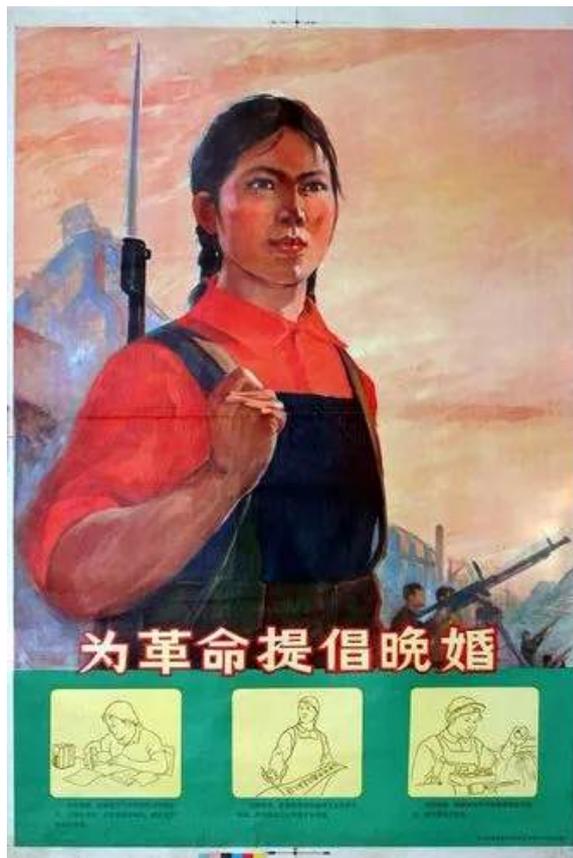


Рисунок 31. Политический плакат первого периода



Рисунок 32. Политический плакат первого периода



Рисунок 33. Политический плакат первого периода



Рисунок 34. Политический плакат первого периода



Рисунок 35. Политический плакат первого периода



Рисунок 36. Политический плакат первого периода



Рисунок 37. Политический плакат первого периода



Рисунок 38. Политический плакат первого периода

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)



Рисунок 39. Политический плакат первого периода



Рисунок 40. Политический плакат первого периода



Рисунок 41. Политический плакат первого периода

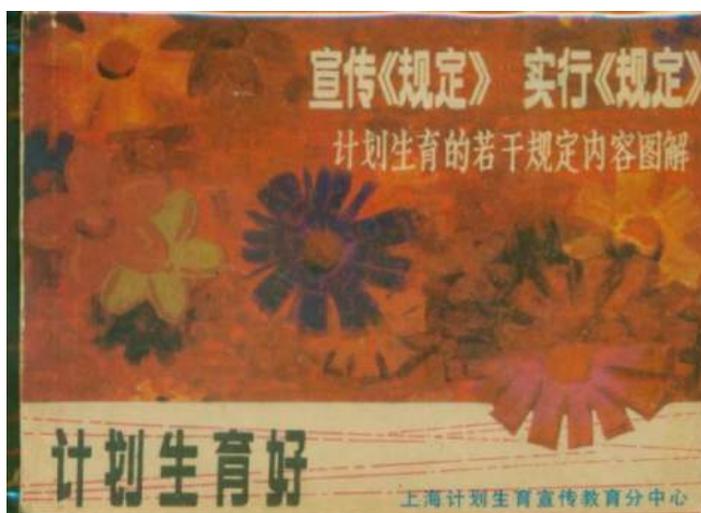


Рисунок 42. Политический плакат первого периода



Рисунок 43. Политический плакат первого периода



Рисунок 44. Политический плакат первого периода

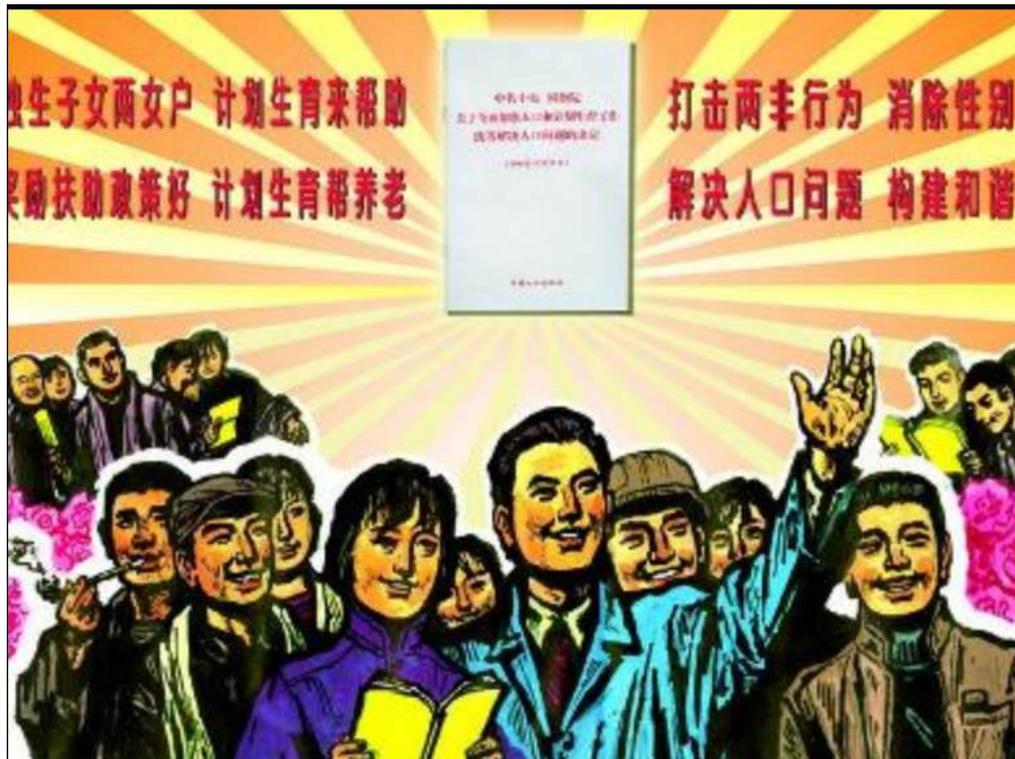


Рисунок 45. Политический плакат первого периода



Рисунок 46. Политический плакат первого периода



Рисунок 47. Политический плакат первого периода



Рисунок 48. Политический плакат первого периода



Рисунок 49. Политический плакат первого периода



Рисунок 50. Политический плакат первого периода



Рисунок 51. Политический плакат первого периода



Рисунок 52. Политический плакат первого периода

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)



Рисунок 53. Политический плакат первого периода



Рисунок 54. Политический плакат первого периода



Рисунок 55. Политический плакат первого периода



Рисунок 56. Политический плакат первого периода



Рисунок 57. Политический плакат первого периода



Рисунок 58. Политический плакат первого периода



Рисунок 59. Политический плакат первого периода



Рисунок 60. Политический плакат первого периода



Рисунок 61. Политический плакат первого периода



Рисунок 62. Политический плакат первого периода

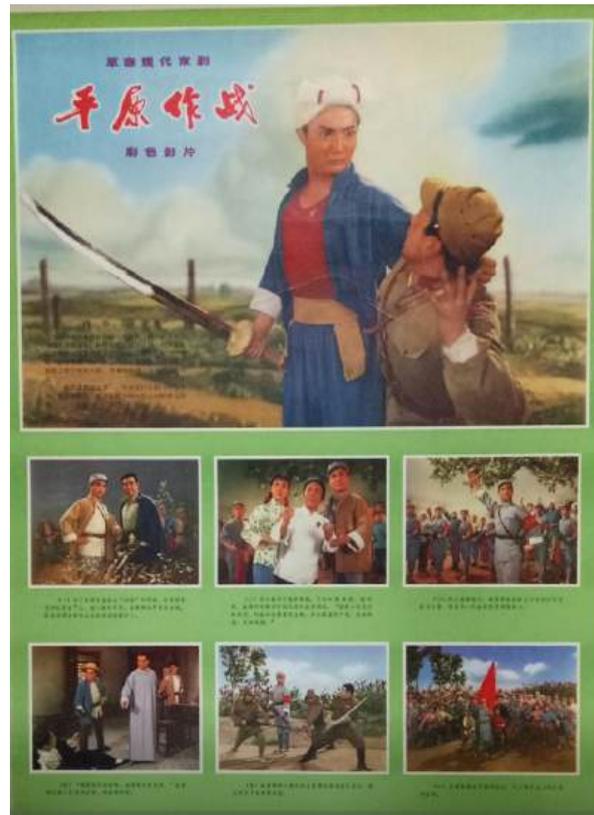


Рисунок 63. Политический плакат первого периода



Рисунок 64. Политический плакат первого периода

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)

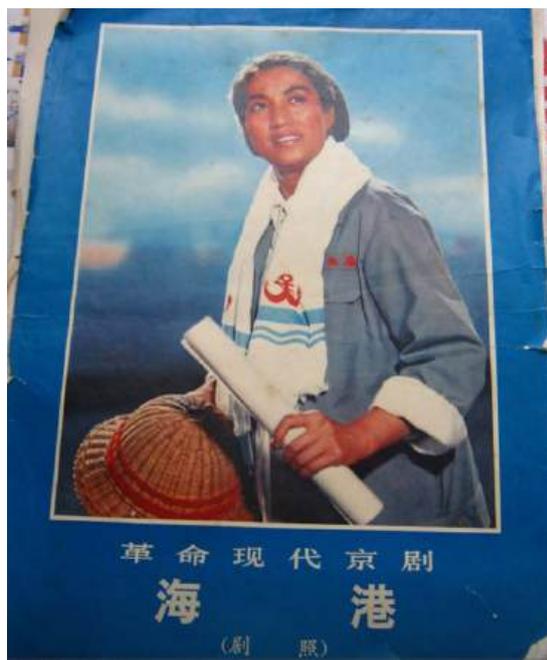


Рисунок 65. Политический плакат первого периода



Рисунок 66. Политический плакат первого периода



Рисунок 67. Политический плакат первого периода



Рисунок 68. Политический плакат первого периода

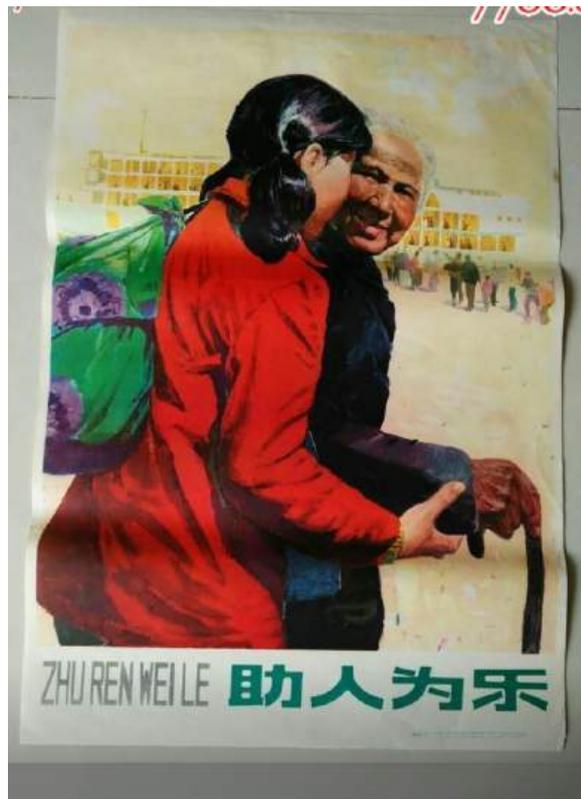


Рисунок 69. Политический плакат первого периода



Рисунок 70. Политический плакат первого периода



Рисунок 71. Политический плакат первого периода

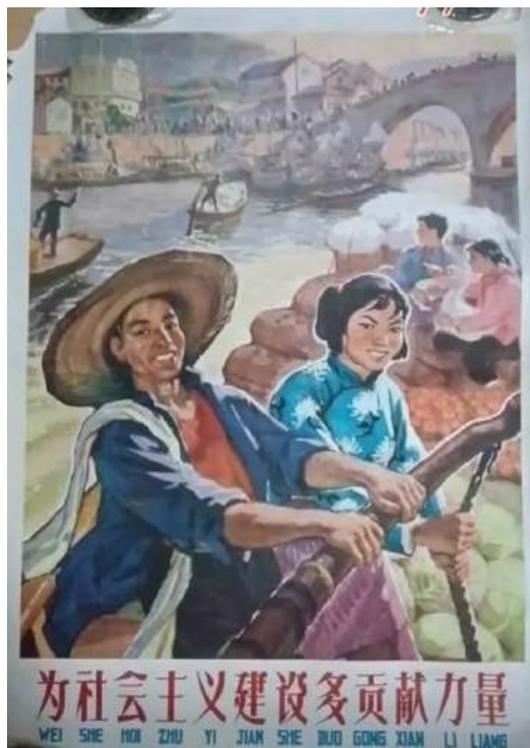


Рисунок 72. Политический плакат первого периода

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)



Рисунок 73. Политический плакат первого периода



Рисунок 74. Политический плакат первого периода

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)



Рисунок 75. Политический плакат первого периода



Рисунок 76. Политический плакат первого периода

ПРИЛОЖЕНИЕ А (продолжение)



Рисунок 77. Политический плакат первого периода



Рисунок 78. Политический плакат первого периода



Рисунок 79. Политический плакат первого периода



Рисунок 80. Политический плакат первого периода



Рисунок 81. Политический плакат первого периода



Рисунок 82. Политический плакат первого периода

Плакаты второго периода



Рисунок 83. Политический плакат второго периода



Рисунок 84. Политический плакат второго периода



Рисунок 85. Политический плакат второго периода



Рисунок 86. Политический плакат второго периода



Рисунок 87. Политический плакат второго периода



Рисунок 88. Политический плакат второго периода



Рисунок 89. Политический плакат второго периода



Рисунок 90. Политический плакат второго периода



Рисунок 91. Политический плакат второго периода



Рисунок 92. Политический плакат второго периода



Рисунок 93. Политический плакат второго периода



Рисунок 94. Политический плакат второго периода



Рисунок 95. Политический плакат второго периода



Рисунок 96. Политический плакат второго периода

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)



Рисунок 97. Политический плакат второго периода

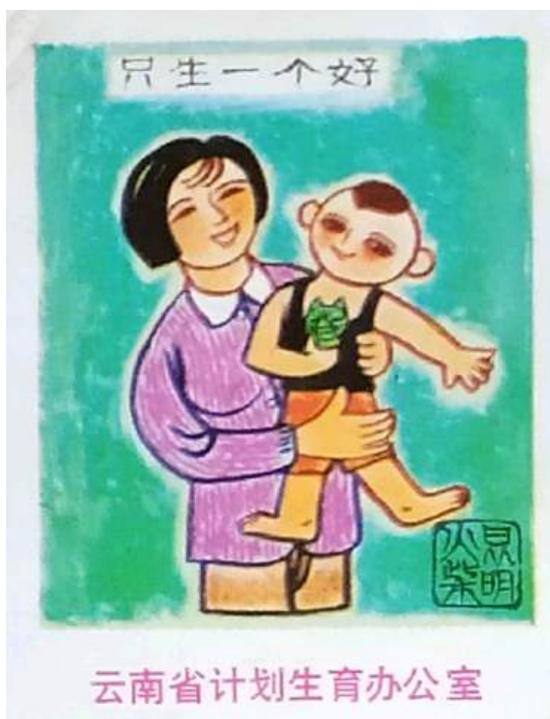


Рисунок 98. Политический плакат второго периода



Рисунок 99. Политический плакат второго периода



Рисунок 100. Политический плакат второго периода



Рисунок 101. Политический плакат второго периода



Рисунок 102. Политический плакат второго периода

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)



Рисунок 103. Политический плакат второго периода



Рисунок 104. Политический плакат второго периода

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)



Рисунок 105. Политический плакат второго периода



Рисунок 106. Политический плакат второго периода



Рисунок 107. Политический плакат второго периода



Рисунок 108. Политический плакат второго периода

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)

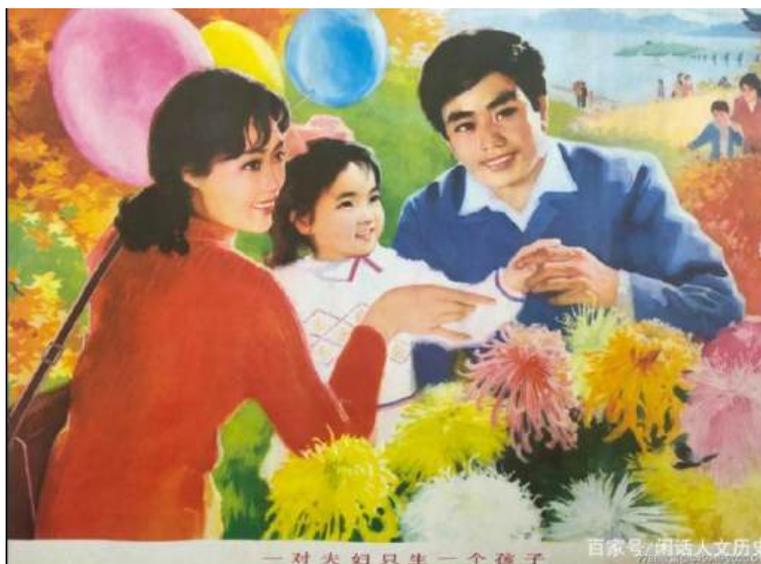


Рисунок 109. Политический плакат второго периода

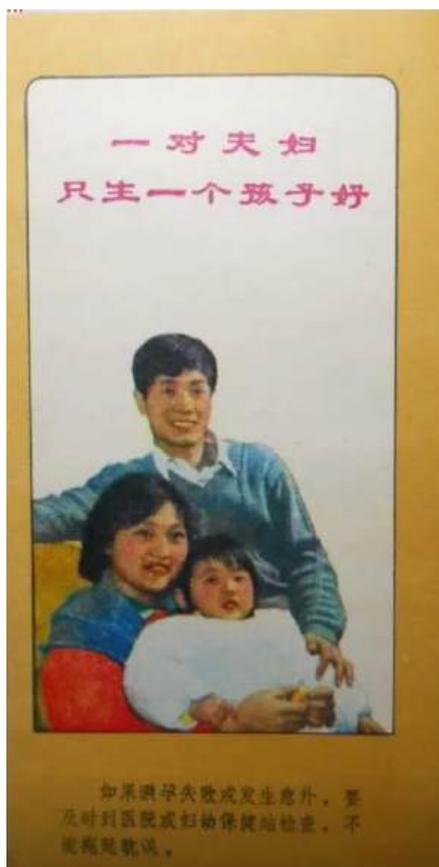


Рисунок 110. Политический плакат второго периода

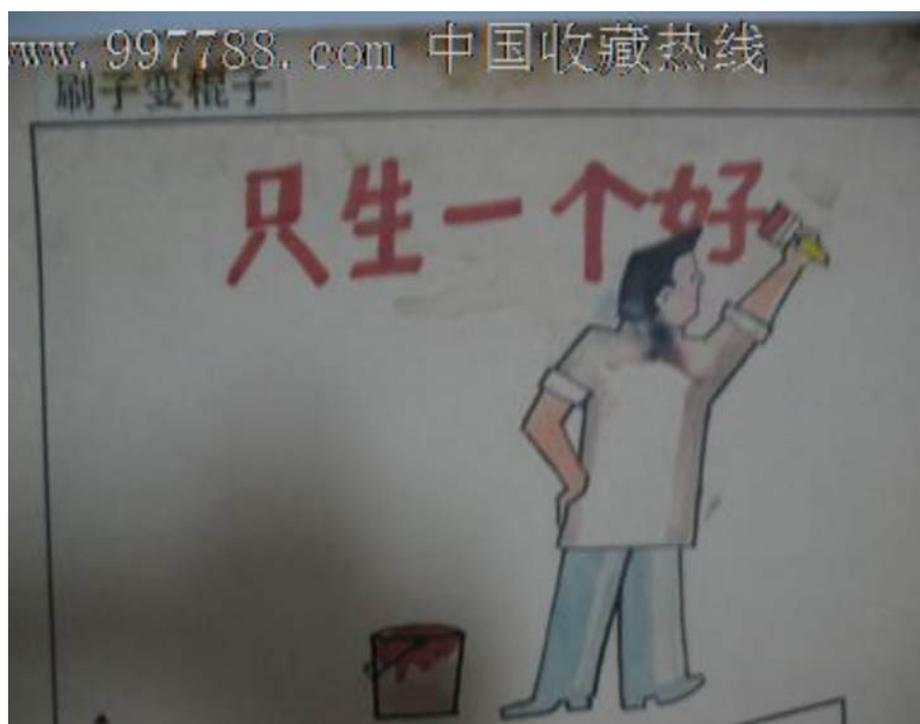


Рисунок 111. Политический плакат второго периода



Рисунок 112. Политический плакат второго периода

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)



Рисунок 113. Политический плакат второго периода



Рисунок 114. Политический плакат второго периода



Рисунок 115. Политический плакат второго периода



Рисунок 116. Политический плакат второго периода



Рисунок 117. Политический плакат второго периода

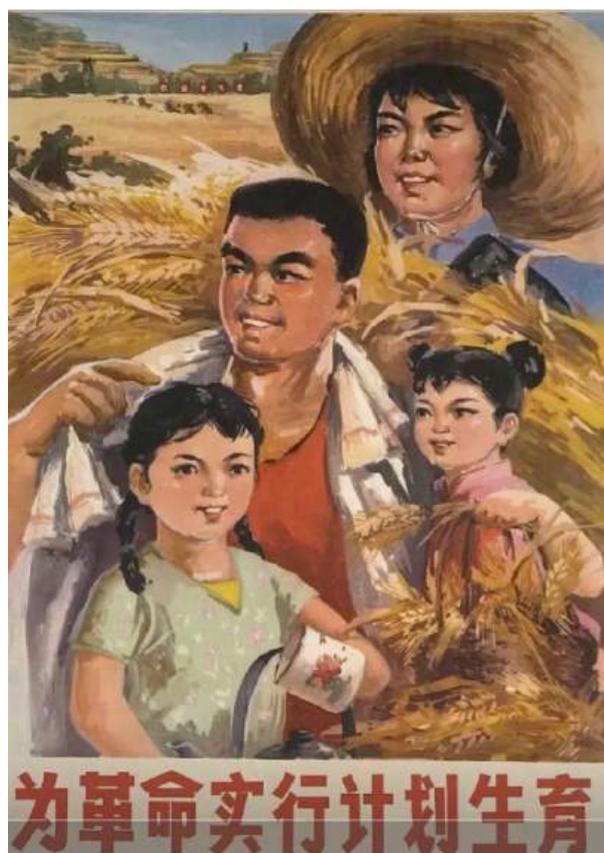


Рисунок 118. Политический плакат второго периода



Рисунок 119. Политический плакат второго периода



Рисунок 120. Политический плакат второго периода



Рисунок 121. Политический плакат второго периода



Рисунок 122. Политический плакат второго периода

ПРИЛОЖЕНИЕ Б (продолжение)



Рисунок 123. Политический плакат второго периода



Рисунок 124. Политический плакат второго периода



Рисунок 125. Политический плакат второго периода

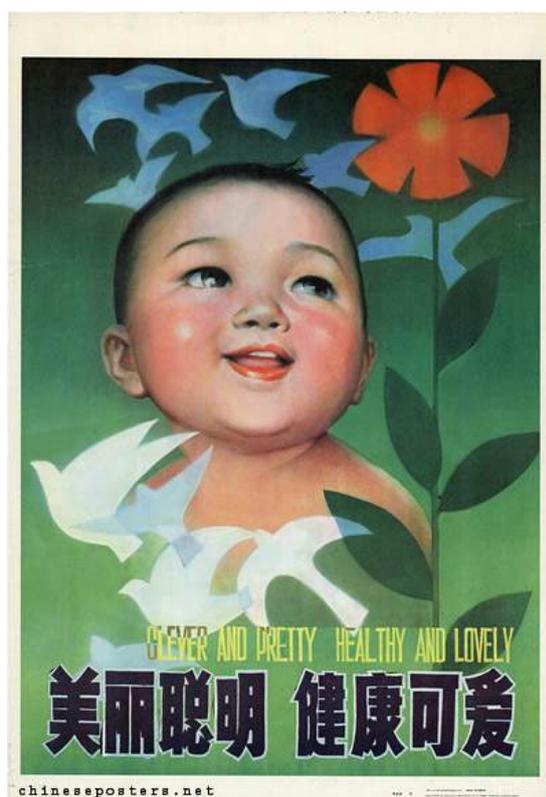


Рисунок 126. Политический плакат второго периода

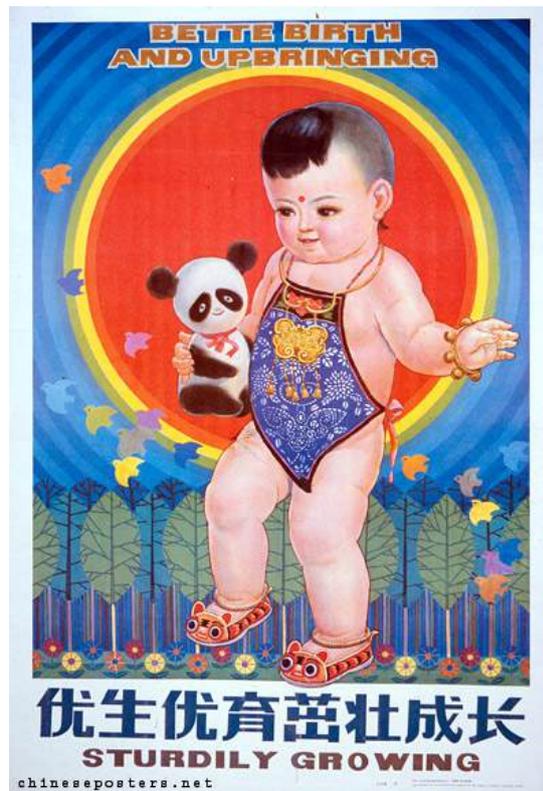


Рисунок 127. Политический плакат второго периода

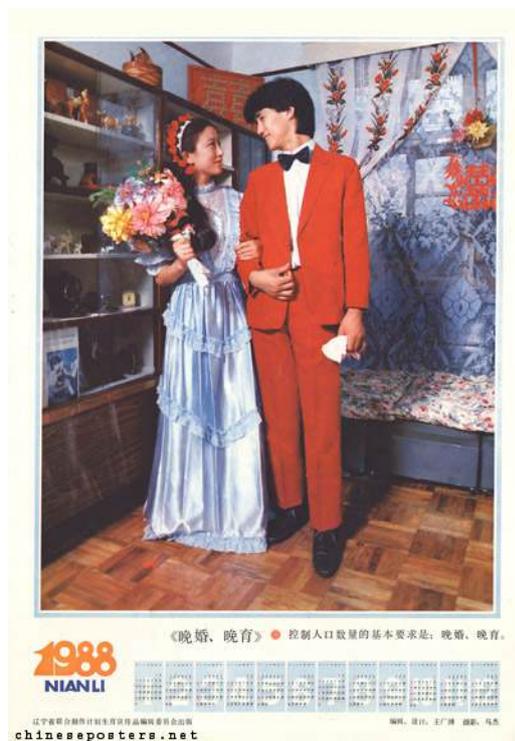


Рисунок 128. Политический плакат второго периода

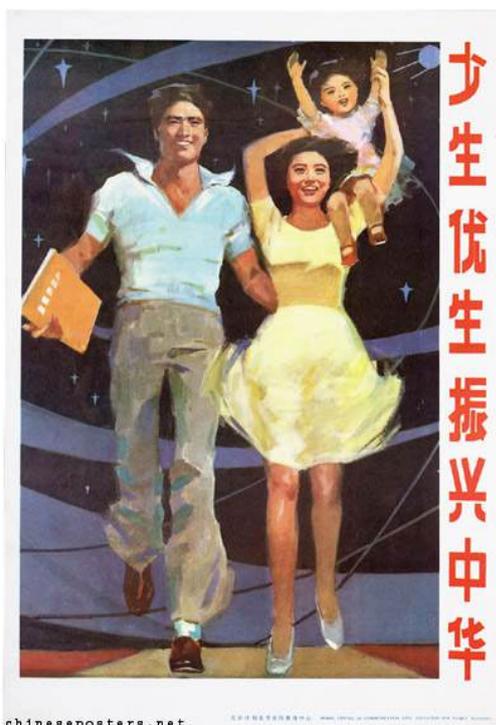


Рисунок 129. Политический плакат второго периода



Рисунок 130. Политический плакат второго периода



Рисунок 131. Политический плакат второго периода



Рисунок 132. Политический плакат второго периода



Рисунок 133. Политический плакат второго периода



Рисунок 134. Политический плакат второго периода

Плакаты третьего периода



Рисунок 135. Политический плакат третьего периода



Рисунок 136. Политический плакат третьего периода



Рисунок 137. Политический плакат третьего периода



Рисунок 138. Политический плакат третьего периода



Рисунок 138. Политический плакат третьего периода



Рисунок 139. Политический плакат третьего периода



Рисунок 140. Политический плакат третьего периода



Рисунок 141. Политический плакат третьего периода



Рисунок 142. Политический плакат третьего периода



Рисунок 143. Политический плакат третьего периода



Рисунок 144. Политический плакат третьего периода



Рисунок 145. Политический плакат третьего периода



Рисунок 146. Политический плакат третьего периода



Рисунок 147. Политический плакат третьего периода



Рисунок 148. Политический плакат третьего периода



Рисунок 149. Политический плакат третьего периода



Рисунок 150. Политический плакат третьего периода



Рисунок 151. Политический плакат третьего периода



Рисунок 152. Политический плакат третьего периода



Рисунок 153. Политический плакат третьего периода



Рисунок 154. Политический плакат третьего периода



Рисунок 155. Политический плакат третьего периода



Рисунок 156. Политический плакат третьего периода



Рисунок 157. Политический плакат третьего периода



Рисунок 158. Политический плакат третьего периода



Рисунок 159. Политический плакат третьего периода



Рисунок 160. Политический плакат третьего периода



Рисунок 161. Политический плакат третьего периода



Рисунок 162. Политический плакат третьего периода



Рисунок 163. Политический плакат третьего периода



Рисунок 164. Политический плакат третьего периода



Рисунок 165. Политический плакат третьего периода



Рисунок 166. Политический плакат третьего периода



Рисунок 167. Политический плакат третьего периода



Рисунок 168. Политический плакат третьего периода



Рисунок 169. Политический плакат третьего периода



Рисунок 170. Политический плакат третьего периода

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)



Рисунок 171. Политический плакат третьего периода



Рисунок 172. Политический плакат третьего периода



Рисунок 173. Политический плакат третьего периода



Рисунок 174. Политический плакат третьего периода



Рисунок 175. Политический плакат третьего периода



Рисунок 176. Политический плакат третьего периода



Рисунок 177. Политический плакат третьего периода



Рисунок 178. Политический плакат третьего периода

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)



Рисунок 179. Политический плакат третьего периода



Рисунок 180. Политический плакат третьего периода

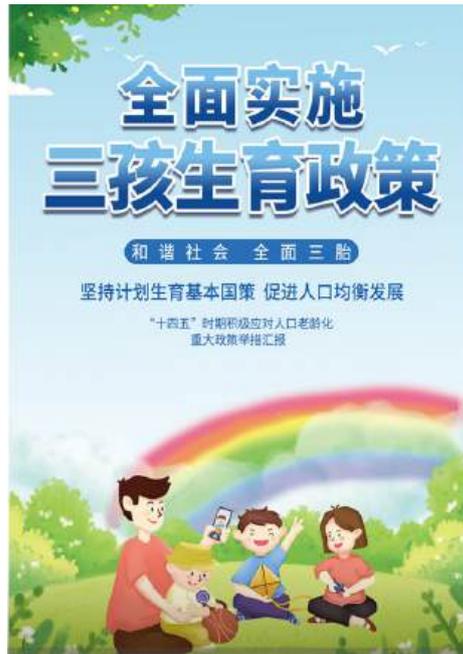


Рисунок 181. Политический плакат третьего периода



Рисунок 182. Политический плакат третьего периода



Рисунок 183. Политический плакат третьего периода



Рисунок 184. Политический плакат третьего периода



Рисунок 185. Политический плакат третьего периода



Рисунок 186. Политический плакат третьего периода



Рисунок 187. Политический плакат третьего периода



Рисунок 188. Политический плакат третьего периода

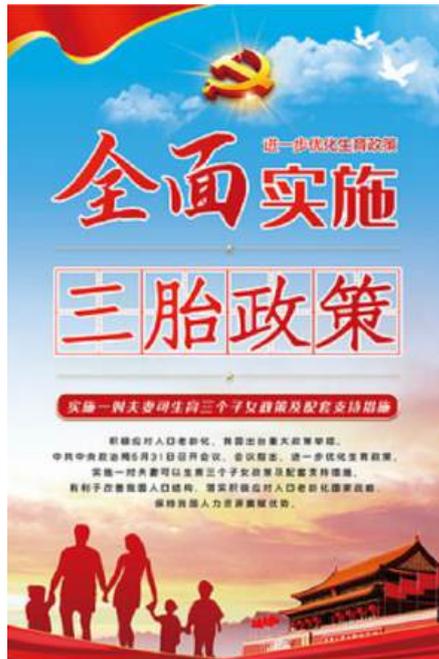


Рисунок 189. Политический плакат третьего периода



Рисунок 190. Политический плакат третьего периода



Рисунок 191. Политический плакат третьего периода



Рисунок 192. Политический плакат третьего периода



Рисунок 193. Политический плакат третьего периода



Рисунок 194. Политический плакат третьего периода



Рисунок 195. Политический плакат третьего периода



Рисунок 196. Политический плакат третьего периода



Рисунок 197. Политический плакат третьего периода



Рисунок 198. Политический плакат третьего периода



Рисунок 199. Политический плакат третьего периода



Рисунок 200. Политический плакат третьего периода



Рисунок 201. Политический плакат третьего периода



Рисунок 202. Политический плакат третьего периода



Рисунок 203. Политический плакат третьего периода

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)



Рисунок 204. Политический плакат третьего периода



Рисунок 205. Политический плакат третьего периода



Рисунок 206. Политический плакат третьего периода



Рисунок 207. Политический плакат третьего периода

ПРИЛОЖЕНИЕ В (продолжение)

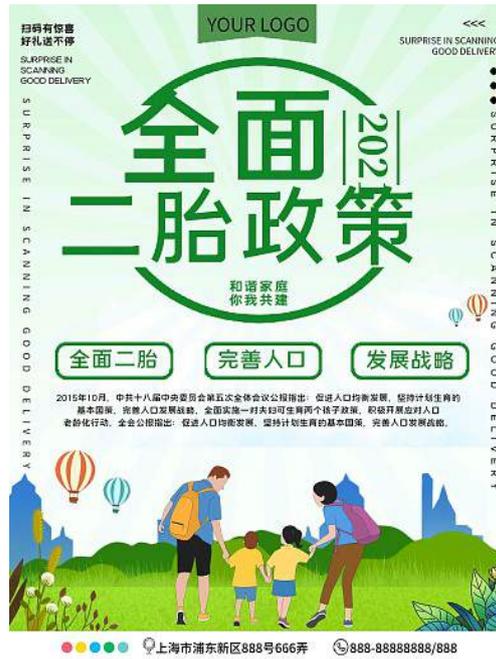


Рисунок 208. Политический плакат третьего периода



Рисунок 209. Политический плакат третьего периода



Рисунок 212. Политический плакат третьего периода



Рисунок 213. Политический плакат третьего периода



Рисунок 214. Политический плакат третьего периода



Рисунок 215. Политический плакат третьего периода



Рисунок 216. Политический плакат третьего периода



Рисунок 217. Политический плакат третьего периода



Рисунок 218. Политический плакат третьего периода



Рисунок 219. Политический плакат третьего периода



Рисунок 220. Политический плакат третьего периода



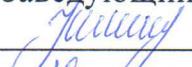
Рисунок 221. Политический плакат третьего периода

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

Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра восточных языков

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

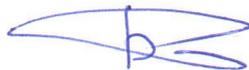
 И. Г. Нагибина
«13» июня 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

45.03.02 Лингвистика

**ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПЛАКАТ КАК СРЕДСТВО ВОЗДЕЙСТВИЯ
ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ КНР: ДИАХРОНИЧЕСКИЙ
АСПЕКТ**

Научный руководитель



ст. преп. каф. ВЯ
Е.А. Бирюлина

Выпускник



В.Е. Зайцева

Нормоконтролер



С.В. Ухоботова

Красноярск 2024

РЕФЕРАТ

Тема бакалаврской работы – «Политический плакат как средство воздействия демографической политики КНР: диахронический аспект». Выпускная квалификационная работа представлена в объеме 175 страниц, включает в себя 13 иллюстраций, а также список использованной литературы, состоящий из 62 источников, 15 из которых на иностранном языке.

Ключевые слова: ВЕРБАЛЬНЫЙ И НЕВЕРБАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ, МУЛЬТИМОДАЛЬНЫЙ ДИСКУРС, КНР, ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА.

Цель: выявление специфики мультимодальных компонентов политических плакатов, транслирующих демографическую политику КНР, в диахроническом аспекте.

Задачи: 1) провести аналитический обзор плаката как мультимодального текста в современных исследованиях; 2) изучить мультимодальный дискурс-анализ в исследовании влияния политического плаката на рождаемость и демографические процессы; 3) рассмотреть труды по культурологии, истории, социологии, посвященные изучению демографической политики КНР; 4) проанализировать иконические и вербальные компоненты репрезентации демографического курса с 1949 по 1976 год и определить их роли в политической коммуникации; 5) провести анализ иконических и вербальных компонентов репрезентации демографического курса с 1977 по 2015 год и выявить изменения в политической риторике.

Актуальность настоящего исследования заключается, в первую очередь, его вхождением в антропоцентрическую парадигму, а также подкрепляется глобальной значимостью демографических процессов, которые являются ключевыми для существования и развития любого государства. Изучение способов ретрансляции демографического курса на политические плакаты позволит лучше понять, каким образом формируется и изменяется государственная демографическая политика в условиях современного Китая.

Основные выводы и результаты исследования:

1. Для первых двух периодов (по классификации Н.К. Семеновой) характерны не прямые высказывания, акцент на визуальном компоненте (изображение молодых китайцев с одним ребенком или без детей).

2. Красный и синий цвета в плакатах первых двух периодов подчеркивали коммунистический строй и имели культурное значение.

3. Третий период характеризуется использованием ярких и пестрых цветов, усложненной композицией, увеличением вербальной части и шаблонностью вербального компонента для запоминания.

4. В плакатах третьего периода часто использовались символы, такие как шарики, бабочки, которые передавали идею взлета и прогресса.

5. В разных периодах политики использовались различные языковые и визуальные средства для повышения мотивированности к ее соблюдению, отражая современность условий.

Перспективы дальнейшего исследования: 1) расширение материала исследования, 2) реализация более глубокого анализа модусов репрезентации демографической политики КНР.