

Научная статья

УДК 81'23: 811.581

DOI 10.25205/1818-7919-2026-25-4-23-35

Ценность «民主 / демократия» в китайском поликодовом рекламном тексте

Ольга Владимировна Дубкова

Сианьский университет иностранных языков

Сиань, Китай

linuan12@mail.ru, <http://orcid.org/0000-0003-0072-6322>

Аннотация

На основе анализа китайской и российской научной литературы исследуются особенности китайских поликодовых рекламных текстов, пропагандирующих базовую ценность социализма с китайской спецификой «民主 / демократия». Цель исследования – определить национальную специфику вербальной и невербальной репрезентации ценности «民主 / демократия». Каждый текст рассматривается как комплексное образование, на основе структурного, компонентного и семантического анализа последовательно определяются смыслообразующие элементы, которые включают иероглифический текст, фон, цвет, рисунки и другие элементы. В ходе анализа 69 текстов выявлены ключевые идентификаторы данной ценности, которые позволяют установить ее связи с системой традиционных ценностей китайцев, государственной политикой Китая по демократизации общества, концепциями «народ – хозяин страны», «народ превыше всего» и др.; определены динамические изменения в репрезентации ценности, на первом этапе (2014–2019) связанные с формированием общих аксиологических представлений китайцев, на втором (2020–2025) – с пропагандой новой концепции демократии и активным участием народных масс в государственном управлении на низовом уровне.

Ключевые слова

поликодовый рекламный текст, аксиологическая картина мира китайцев, базовые ценности социализма, «民主 / демократия», ключевые идентификаторы, символы китайской культуры, метафорическое значение

Для цитирования

Дубкова О. В. Ценность «民主 / демократия» в китайском поликодовом рекламном тексте // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2026. Т. 25, № 4: Востоковедение. С. 23–35. DOI 10.25205/1818-7919-2026-25-4-23-35

The Value of “民主 / Democracy” in Chinese Polycode Advertising Text

Olga V. Dubkova

Xi'an International Studies University

Xi'an, China

linuan12@mail.ru, <http://orcid.org/0000-0003-0072-6322>

Abstract

Based on the analysis of Chinese and Russian scientific literature, the features of Chinese polycode advertising texts representing the basic value of socialism with Chinese characteristics of “democracy” are investigated. The purpose of the study is to determine the national specifics of the verbal and non-verbal representation of the value of “democracy”. Each text is considered as a complex formation. On the basis of structural, component and semantic analysis, se-

© Дубкова О. В., 2026

ISSN 1818-7919

Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2026. Т. 25, № 4: Востоковедение. С. 23–35

Vestnik NSU. Series: History and Philology, 2026, vol. 25, no. 4: Oriental Studies, pp. 23–35

mantic elements are consistently determined, which include hieroglyphic text, background, colour, drawings and other elements. During the analysis of 69 texts, key identifiers of this value were identified, which make it possible to establish links between this value and the system of traditional values of the Chinese, China's state policy of democratizing society, the concepts of "People are the master of the country", "The people are the most important"; dynamic changes in the representation of value have been identified, at the first stage (2014–2019) related to the formation of common axiological concepts of the Chinese, at the second (2020–2025) – with the promotion of a new concept of democracy and the active participation of the masses in public administration at grassroots level.

Keywords

polycode advertising text, the Chinese axiological picture of the world, the basic values of socialism, Democracy, key identifiers, Chinese cultural symbols, metaphorical meaning

For citation

Dubkova O. V. The Value of "民主 / Democracy" in Chinese Polycode Advertising Text. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2026, vol. 25, no. 4: Oriental Studies, pp. 23–35. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7919-2026-25-4-23-35

В КНР пропагандируются базовые ценности социализма (БЦС), которые в декабре 2013 г. Канцелярией ЦК КПК определены как соответствующие развитию социализма с китайской спецификой, ценностям традиционной китайской культуры и достижениям мировой цивилизации¹. Для пропаганды данных ценностей используются различные виды социальной рекламы, под которой в Китае понимается «государственная реклама, основанная на пропаганде социализма, воспитании патриотизма, продвижении национальной культуры и отстаивании концепции общественной морали, а также на том, чтобы дать возможность большому числу граждан установить здоровые и цивилизованные нормы поведения» [Ма Юймэй, Чжоу Юньли, 2000, с. 64]. Цель такой рекламы – формирование социалистического мировоззрения, повышение социальной ответственности и уровня цивилизованности всего общества [Ван Вэй, 2024, с. 41].

В настоящее время в Китае и России опубликовано большое количество статей, в которых анализируются китайские базовые ценности, эксплицированные в поликодовом рекламном тексте (ПРТ) [Цюй Юнь, 2022; Янь Ци и др., 2022; У Сюйминь, 2024; Лин Чэн, 2024]. Однако до настоящего времени нами не обнаружено исследований ПРТ, в которых рассматривается репрезентация БЦС «民主 [mínzhǔ] / демократия». Все это в целом определяет актуальность и новизну исследования. Объект исследования – ПРТ с китайской спецификой, предмет – китайские ПРТ базовой ценности «民主 / демократия». Цель исследования – определить национальную специфику китайского поликодового рекламного текста БЦС на примере вербальной и невербальной репрезентации ценности «民主 / демократия».

Методологическую базу исследования образуют (1) исследования ПРТ [Сонин, 2005; Романова, Винокурова, 2022; Новоспасская, Дугалич, 2022]; (2) исследования специфики китайских ПРТ [Цзоу Хуацзин, Новоспасская 2021; Хрипля, Иссерс, 2023; Хрипля, 2023]; (3) исследования концепта «民主 / демократия» в китайской лингвокультуре [Лукин, 2009; Ши Хайцюань, 2012; Хань Чжэнь, Ши Бицю, 2015; Олейников, Кормич, 2018], что, собственно, и определяет методы отбора языкового материала и его исследование, включая метод сплошной выборки из массива ПРТ китайских базовых ценностей. Используются приемы структурного, компонентного и семантического анализа для комплексного описания ПРТ ценности «民主 / демократия», полученные результаты систематизируются для описания и обобщения вербальной информации и «визуальных образов». Материалом для исследования стали 69 поликодовых рекламных текстов, репрезентирующих ценность «民主 / демо-

¹ Чжунцун чжунъян баньгунтин иньфа «Гуаньюй пэйной хэ цзяньсин шэжуйчжуй хэсинь цзячжигуань дэ ицзянь» [中共中央办公厅印发《关于培育和践行社会主义核心价值观的意见》//中国共产党新闻网]. Канцелярия ЦК КПК опубликовала «Мнения о развитии базовых ценностей социализма и применении их на практике» // Чжунго гунчаньдан синьвэнь ван (2013-12-23). (на кит. яз.) URL: <https://cpc.people.com.cn/GB/64162/435107/index.html?date=20131223> (дата обращения 10.12.2025).

кратия», размещенных на китайских интернет-платформах² в период 2015–2025 гг. и имеющих указание на дату публикации и источник.

Анализ каждого ПРТ представляет собой последовательное описание фона, композиции, структуры, ключевых слов и рисунков, которые рассматриваются как единый текст, имеющий вербальное и невербальное содержание.

Социальная реклама, являясь важной частью государственной политики по пропаганде и агитации граждан страны, направлена на формирование более стабильного и гармоничного общества через внедрение в сознание индивидов системы ценностей, способствующих социальному развитию (подробнее см.: [Wells et al., 2006]). Современная китайская социальная реклама направлена на формирование «нового человека», отвечающего задачам социально-политического развития Китая, используется как средство внедрения в народное сознание социалистической системы ценностей, морально-нравственных норм, связывая их с китайской традиционной системой ценностей, одновременно выполняя коммуникативную, информационную, просветительскую и другие функции и влияя «на изменение отношения населения к акцентированным проблемам и социальным ценностям» [Цюй Юнь, 2022, с. 171–172]. Такая реклама актуализирует морально-нравственные ценности и актуальные социальные проблемы, позволяет «сформировать личную уверенность в китайской культуре и достичь социальной гармонии и стабильности» [Ши Бицю, 2025, с. 7].

Система ценностей образует аксиологическую картину мира, которая, с одной стороны, регламентирует нормы и правила поведения человека в конкретном обществе, с другой – позволяет достичь социального консенсуса, предупреждая возникновение различных нарушений поведения и мировоззрения, которые могут разрушить ядерную зону национальной культуры. Формирование системы ценностей – динамический процесс, осуществляемый на национальном уровне под влиянием социально-политических факторов, связанных с историей, экономикой и культурой, на индивидуальном уровне – под воздействием социальной среды. Ценности в обыденной жизни позволяют организовать бытие человека, его деятельность во всех сферах общества, формируя ценностный фрагмент картины мира индивида [Пищальникова и др., 2020, с. 5–20].

Китайская социальная реклама БЦС рассматривается как поликодовый рекламный текст, который соединяет в едином графическом пространстве семиотически гетерогенные составляющие – «вербальный текст, изображение, а также знаки иной природы» [Сонин, 2005, с. 115]. Такой подход позволяет комплексно анализировать вербальные и невербальные средства, используемые для пропаганды и агитации, установить психологически актуальное содержание текста и определить национально специфические способы объединения гетерогенных по своей природе понятий в единый поликодовый текст [Цюй Юнь, 2021, с. 205]. Вербальные средства обозначают тему ПРТ и ключевые понятия, указывают на автора текста и его локализацию. Обычно ключевое слово выделяется графически, занимает центральное положение в поле плаката, для него используются более крупный шрифт, контрастные цвета, различные стили каллиграфии.

К невербальным средствам относятся структура и композиция ПРТ, фон, цвет, каллиграфия, рисунки и их положение, дополнительные элементы, включающие мелкие детали, орнаменты, рамки, дополнительные черты и др. Как отмечают Лин Чэн, Цай Цзяфэн и др., в китайском ПРТ «продолжает применяться культурное наследие, которое обладает специфической эстетикой, присущей исключительно для Поднебесной» [Лин Чэн, Цай Цзяфэн, 2025, с. 295]. Невербальные средства играют важную смыслообразующую роль, конкретизи-

² Минь чжу хайбао [民主海报//澎湃新闻]. Плакат «Демократия». Пэнпай синьвэнь. (на кит. яз.) URL: <https://www.thepaper.cn/> (дата обращения 08.01.2026).

Миньчжу хайбао [民主海报//红动中国 红动网]. Плакат «Демократия». Хундун Чжунго. Хундун ван. (на кит. яз.) URL: <https://baijiaobao.baidu.com/> (дата обращения 10.01.2026).

Шэхуэйчжун хэсинь цзячжигуань гуату [社会主义核心价值观挂图//百图汇]. Настенные плакаты базовых ценностей социализма. Бай ту хуэй. (на кит. яз.) URL: <https://pic.5tu.cn/> (дата обращения 30.12.2025).

руя абстрактные понятия, определяющие тему ПРТ. Центральное место в смысловом поле ПРТ занимают «идентификаторы», под которыми мы понимаем национально маркированные символы, используемые в китайских ПРТ, например Великая Китайская стена, ворота Тяньаньмынь, каменный лев, столб Хуабяо, Дом народных собраний, Памятник народным героям на площади Тяньаньмэнь и т. д., которые позволяют представителям китайской нации безошибочно установить связь с историей и культурой Китая, но не всегда понятны носителям другой лингвокультуры [Лин Чэн, Цай Цзяфэн, 2025, с. 294–295].

Как показывает анализ ПРТ, среди национально специфических невербальных идентификаторов используются государственные символы (включая национальные реликвии), символы городов, архитектурные ансамбли и элементы архитектуры, природные, урбанизированные и сельские пейзажи, тотемные и мифологические животные, элементы флоры и фауны, национальные костюмы и орнаменты, изделия народного творчества, произведения искусства, изображения исторических деятелей, представителей народа и т. д. Кроме того, в данную систему включаются и общечеловеческие символы (земной шар, белый голубь, рукопожатие и т. д.), используются тексты на иностранном языке (обычно английском). Как отмечают Цяо Лэй, Ван Чжицян, Лю Шэнхуа и др., в пропаганде БЦС важную роль играет китайское искусство (каллиграфия, живопись, скульптура, вышивка, анимация и др.), которое пользуется большой популярностью у народных масс и эффективно для распространения абстрактных аксиологических понятий, делает их простыми и доступными [Цяо Лэй, Ван Чжицян, 2018; Лю Шэнхуа, 2022]. Все это в целом позволяет посредством ПРТ как части социальной рекламы формировать единую аксиологическую систему ценностей китайцев, связанную с традиционной китайской культурой и БЦС.

Как показывает анализ научной литературы, в китайской лингвокультуре понятие «民主 / демократия» постоянно развивается, что оказывает влияние на общие представления о демократии и ее роли в социальной практике [Ши Бицю, 2025]. Данные представления отражаются в комплексе вербальных и невербальных идентификаторов, определяющих нормы и правила поведения человека. Все китайские ПРТ ценности «民主 / демократия» можно разделить на два периода: первый относится к 2014–2019 гг., когда формируется система образов «демократии с китайской спецификой», определяется ее место в системе ценностей китайцев и связи с другими БЦС, второй – к 2020–2025 гг., когда формируется новая концепция демократии³, предполагающая активное участие народа в политической жизни страны на всех этапах.

На первом этапе основная цель пропаганды – представить концепцию «демократия» как БЦС. Общий стиль ПРТ соответствует традиции китайской пропаганды, содержит элементы традиционной китайской культуры, государственные символы КНР, демонстрируя связи демократии с другими ценностями китайцев и национальными традициями. Например, ПРТ выполнен в красно-желтой гамме, традиционно используемой в китайской культуре для обозначения важных и торжественных событий, где красный символически обозначает радость и благоденствие, желтый – благородство (см. рисунок, 1)⁴.

Данный ПРТ условно разделен традиционным орнаментом на две неравные части. В верхней части на фоне силуэта Великой Китайской стены и восходящего солнца изображены три ребенка в традиционной ханьской одежде, используемой для различных церемоний и ритуалов. Изображения детей соответствуют национальной традиции новогодних картинок

³ Цюаньго чэн жэньминь миньчжу: шэжуэй чжэнчжи гайнянь, шэжуэйчжуи миньчжу чжэнчжи дэ бэньчжи шу-син [全过程人民民主: 社会政治概念、社会主义民主政治的本质属性//百度百科]. Народная демократия на всем процессе: социально-политическая концепция, неотъемлемые атрибуты политики демократии социализма // Байду байкэ. (на кит. яз.) URL: <https://baike.baidu.com/item/全过程人民民主/58776561> (дата обращения 20.11.2025).

⁴ Шэжуэйчжуи хэсинь цзячжигуань – миньчжу [社会主义核心价值观—民主 (2014-8-15) // 百图汇]. Базовые ценности социализма. Бай ту вань. (на кит. яз.) URL: <https://www.5tu.cn/thread-1234523-1-1.html> (дата обращения 04.12.2025).

«Байцзыту»⁵. В костюмах детей используются красный, желтый, синий и фиолетовый цвета, что не только отражает особенности традиционной культуры ханьцев, но и подчеркивает невинность и непосредственность. Ребенок слева символизирует стремление к лучшему, в центре – красоту и благословение, справа – открытость и невинность. У всех детей разные жесты и позы, но они, переключаясь, передают атмосферу единства и дружбы. Изображение детей является основным визуальным элементом, передавая общую концепцию БЦС.

Слева от детей красным цветом крупным шрифтом стилем *лишу* написаны два иероглифа: 民主 / демократия; рядом изображение столба Хуабяо – символа государственной власти в Китае, вокруг столба свободно развевающаяся красная лента – знак власти и силы, который можно также интерпретировать как символ КПК. Над детьми в правом верхнем углу красным цветом написано девять иероглифов: «社会主义核心价值观 / базовые ценности социализма», указывающих на основную тему ПРТ. В нижней части под линией орнамента на красном фоне – три ряда иероглифов белого цвета. Эти 24 иероглифа перечисляют БЦС. Рядом слева вертикальная надпись в стиле *лишу*: «我学习我践行 / Я учусь, я использую на практике», также вертикально мелким шрифтом указано, что речь идет о БЦС. Традиционные костюмы и символы Китая отражают традиционную китайскую культуру, а изображение детей символизирует будущее и надежду, а также передает идею наследования ключевой аксиологической концепции. Наличие словосочетания БЦС и их перечисление подчеркивает, что ценность демократия является важной их частью и тесно связана с государственным развитием, социальным прогрессом и формированием гражданской этики.

Пропагандистский плакат на тему «Базовые ценности социализма – демократия» (см. рисунок, 2)⁶ объединяет традиционные и современные элементы, чтобы донести концепцию демократии. Плакат выдержан в стиле традиционной китайской живописи (*гохуа*), сочетает традиционные символы с современными концепциями, чтобы показать глубокие основы и практическую ценность социалистической демократии и передать основной смысл лозунга «народ – хозяин страны».

Желто-серый фон выполнен в китайском стиле пейзажной живописи и штриховой каллиграфии, воплощая глубину традиционной культуры. Плакат условно можно разделить на две части. Слева – вербальная часть, которая содержит ключевое слово, тему и пояснения. Ключевое слово «民主 / демократия» расположено в центре, выделено красным шрифтом в стиле *лишу*, слева по вертикали черным шрифтом указана тема плаката «Базовые ценности социализма». Рядом более мелким шрифтом черного цвета дается разъяснение основной темы: «Демократия – это прекрасное требование человеческого общества, и демократия, к которой мы стремимся, это народная демократия, которая предполагает жизнь при социализме и политические гарантии создания лучшей жизни для народа». Данное определение обозначает сущность и значение демократии с китайской спецификой. В правой части изображение каменного льва, символизирующее защиту и авторитет власти. Внизу по центру изображены лотос и рыбки (два разноцветных карпа), где лотос символизирует высокую чистоту, карпы – удачу, а бабочки являются дополнительным элементом, воплощающим традиционную китайскую идею гармонии и жизненной энергии. Вверху над текстом – свиток с красной розой и красной лентой, символизирующий наследие древней китайской цивилизации. Красные печати, расположенные сверху и снизу текста, усиливают ощущение торжественности.

⁵ Байцзыту (百子图) – (букв.) рисунок / изображение ста детей; китайское традиционное народное искусство рисунка или вышивки, в котором отражаются традиционные представления китайцев: чем больше детей, тем счастливее жизнь, богаче семья и больше успеха в жизни. Слово «сто» здесь символизирует бесконечность и выражает добрые пожелания. Считается, что искусство зародилось в династии Тан. В настоящее время данные образы используются в анимации, дизайне, пропаганде и других сферах, являясь маркерами традиционной китайской культуры.

⁶ Шэхуэйчжун хэсинь цзячжигуань – миньчжу [社会主义核心价值观—民主 (2019-01-27) 德庆文明网]. Базовые ценности социализма – демократия. Дэцин вэньмин ван. (на кит. яз.) URL: <https://dq.wenming.gd.cn/jxshzyjg/mz/2019-01-27/8817.html> (дата обращения 13.12.2025).



Китайские агитационные плакаты:

1–3 – базовые ценности социализма – демократия (1 – 2014 г.; 2 – 2019 г.; 3 – 2024 г.);
4 – социальная реклама «Базовых ценностей социализма» (2020 г.)

Chinese propaganda posters:

1–3 – the basic value of socialism is democracy (1 – 2014; 2 – 2019; 3 – 2024);
4 – “the basic value of socialism” public service advertisement (2020)

В первый период ПРТ имеют общую тему «Базовые ценности социализма», содержат традиционные элементы китайской культуры, а также современные символы государственной власти, которые включают вербальную и невербальную информацию в культурное поле получателей информации, помогают им усвоить БЦС, подчеркивают важность понимания и практики и согласуются с общей концепцией пропаганды ценностей. Используются цвет и композиция, характерные для традиционной китайской живописи; формируется уникальная система визуальных образов демократии: 人民大会堂 / Дом народных собраний, 人民英雄纪念 / Памятник Народным героям, 传统建筑群 / ансамбли (или элементы) традиционной китайской архитектуры, 石狮子 / каменный лев, 长城 / Великая Китайская стена, 孙中山 / Сунь Ятсен и т. д. В качестве дополнительных элементов используются положительно маркированные символы традиционной китайской культуры: 蓝天 / голубое небо, 粉云 / розовые облака, 山脉 / горная гряда, 白鸽 / белый голубь, 莲花 / лотос (цветы и листья), 竹子 / бамбук, 鱼 / рыба, 蝴蝶 / бабочка и др. Анализ материала показывает, что целью таких текстов является пропаганда демократии как базовой ценности, внедрение идентификаторов демократии в сознание народных масс и создание системы общих аксиологических представлений, связанных с демократией как неотъемлемой частью БЦС государственного уровня, и передают основной смысл лозунга «народ – хозяин страны».

ПРТ второго периода акцентируют внимание на участии в выборах народных масс и их включенности в демократическое управление, а также на едином руководстве КПК и связи партии и народа. Например, ПРТ на тему «Демократия» сочетает принципы реализма и символизма (см. рисунок, 3)⁷. Общий стиль торжественный и вдохновляющий. Подробно представим вербальные и невербальные элементы данного плаката. В фоне ПРТ преобладают теплый оранжевый (жизненная сила, оптимизм) и красный (воля к жизни, мужество) цвета, центральная часть плаката символизирует солнце, вверху – пятиконечная звезда (воспроизведен элемент декора потолка в зале заседаний ВСНП, т. е. государственная власть), внизу – красное полотнище (революционные традиции), что создает образ позитивной социальной атмосферы. Структура плаката «тематический текст – сюжетная картинка – слоган» образует триаду «концепция – практика – мобилизация». Визуальный акцент сделан на сочетании ключевого слова «демократия» и сцены голосования, что усиливает основное содержание концепции «народ – хозяин страны».

В центре анализируемого ПРТ красным цветом каллиграфическая надпись из двух иероглифов крупным шрифтом «民主 / демократия», справа более мелким шрифтом указано: «Базовые ценности социализма». Вверху слева – четыре иероглифа «文明孙吴 / Цивилизованный Сунью»⁸. Внизу на красном полотнище желтыми иероглифами указано: «共建城市文明 你我共同参与 / (букв.) совместно строим городскую цивилизацию: ты и я вместе участвуем», что подчеркивает необходимость мобилизации общественности для реализации данной ценности. Над красным полотнищем изображена сцена массовых выборов в деревне. В центре рисунка – оранжевая урна для голосования, сверху лист белой бумаги с надписью «бюллетень для голосования». Вокруг урны изображены жители деревни: часть обсуждает выборы, часть держит в руках, заполняет или опускает избирательные бюллетени, кто-то смотрит на урну для голосования. На столах расставлены фарфоровые кувшины и другие артефакты, дополняющие местный колорит, что подчеркивает концепцию «народ – хозяин страны» и демонстрирует широкое участие населения в выборах на низовом уровне. Расположение урны для голосования и динамичная передача «избирательного бюллетеня» наглядно демонстрируют процедурный и нормативный характер выборов.

⁷ Гун цзянь чэнши вэньмин: ни во гунтун цаньюй / шэжунэйчжун хэ инь цзячжигуань – миньчжун [共建城市文明你我共同参与 | 社会主义核心价值观——民主 (2024-04-18) 通讯网]. Совместно создаем городскую цивилизацию. Ты и я совместно участвуем / Базовые ценности социализма – демократия. Тунсюнь ван. URL: <https://news.qq.com/rain/a/20240418A06VX600> (дата обращения 16.12.2025). (на кит. яз.)

⁸ Сунью – уезд в г. Хэйхэ пров. Хэйлуцзян.

Плакат на тему «Демократия» выполнен на желто-коричневом фоне (см. рисунок, 4)⁹, имитирующем рисовую бумагу для каллиграфии, на котором символически обозначены силуэты гор (сила и величие) и нотные знаки (музыка). Края плаката украшены красной каймой с орнаментом ортогональных элементов. В верхней части плаката по центру крупными иероглифами черного цвета указано ключевое слово «民主 / демократия». Под ним более мелким шрифтом в две строки на фоне нотных знаков слова из известной революционной песни «没有共产党就没有新中国 / Без Коммунистической партии нет Нового Китая», которая была написана китайским поэтом и композитором Цао Хосином (1924–1999) и впервые исполнена в 1943 г. Вверху основного поля слева указание на тему плаката «*Наши ценности*», по центру на китайском и английском языках слова «*Цивилизованный Куньмин*»¹⁰, что определяет региональные особенности данного текста.

В нижней части ПРТ изображены три фигуры, выполненные в стиле хуэйшаньской глиняной игрушки¹¹. Три женщины стоят бок о бок, слегка наклонившись вперед, их поза выражает дружелюбие. Лица имеют общие для данного типа народного искусства черты: естественные гиперболизированные пропорции, яркие костюмы и упрощенные линии, что подчеркивает концепцию народного искусства «не искать сходства, а стремиться к подобию». Все персонажи в ярких традиционных костюмах, создающих впечатление наивности, непосредственности и естественности; детали одежды демонстрируют стремление к лучшей жизни. Фигурка в центре композиции держит в руках листок с текстом песни, которую они исполняют. Образ трех женщин выступает в качестве идентификатора народа, позволяет «видеть большое в малом», привлекая внимание к идее «народ превыше всего» и концепции национального единства, тесно связанной с реализацией «народной демократии на всем процессе».

Во второй период ПРТ не только демонстрируют сцены выборов и народного участия в политической жизни, но и выполняют социальные функции по продвижению демократии на низовом уровне и формированию консенсуса народных масс. Благодаря сочетанию ключевого слова «демократия», сцен выборов и др. наглядно представлена идея демократии, передается концепция «совместного строительства, управления и совместного участия» в строительстве социалистической культуры. ПРТ передают теплую гармоничную атмосферу выборов и работы партийных комитетов и собраний народных представителей на всех уровнях, воплощают принцип народного искусства «видеть большое в малом», идею сопричастности каждого китайца в управлении государством. Таким образом, на данном этапе целью социальной рекламы, представленной ПРТ, является пропаганда выборов на низовом уровне и участие народных масс в социальном управлении.

Сопоставительный анализ ПРТ двух периодов показывает различия в использовании идентификаторов ценности «民主 / демократия». На первом этапе основное внимание уделяется маркерам китайской культуры, включая изображения Великой Китайской стены, Памятника народным героям и т. д., что позволяет установить связь демократии с концепцией «народ – хозяин страны», идеями единства, свободы, справедливости, счастья и др. На втором – основное внимание уделяется пропаганде концепции «демократия на всем процессе», на первое место ставится участие народных масс в государственном управлении на низовом уровне. Для этого в ПРТ представлены «маркеры», показывающие процесс народного голосования, работу партийных и государственных органов. Для демонстрации сцен выборов,

⁹ «Шэхуэйчжун хэсинь цзячжигуань» гуньи гуангао [“社会主义核心价值观”公益广告 (2020-07-14) 昆明市公安局新闻宣传办公室]. Социальная реклама «Базовых ценностей социализма». Куньмин ши гуньяньцзюй синьвэнь сюаньчжуань баньгунши. (на кит. яз.) URL: https://m.thepaper.cn/baijiahao_8268592 (дата обращения 25.12.2025).

¹⁰ Город Куньмин – административный центр пров. Юньнань.

¹¹ Хуэйшаньская глиняная игрушка – вид народного искусства г. Уси пров. Цзянсу, зародился при империи Мин (1368–1644). Особенности – яркие цвета, гиперболизированное изображение головы и лица; лицо обычно белое и полное, символизирует полную луну (достаток и благополучие). В настоящее время входит в список нематериального культурного наследия Китая.

голосования и т. д. используются лубочные картинки, глиняные фигурки, вырезные рисунки из бумаги, театр теней и др. объекты, входящие в список всекитайского и локального нематериального культурного наследия, что позволяет сделать понятной для широких народных масс идею демократии, наглядно показывая, что должен делать каждый человек, чтобы реализовать ценность «демократия» в жизни.

Поликодовый рекламный текст, репрезентирующий БЦС, рассматривается нами как единое графическое пространство, состоящее из вербального текста и различных знаков иной природы. Вербальный текст включает ключевое слово (民主 / демократия), пояснительный текст, общую тему ПРТ, цитаты, комментарии, указания на авторов и локализацию ПРТ. К невербальным элементам относятся композиция, цвет, фон и рисунки, которые являются идентификаторами древней и современной китайской культуры, связывают идеи социализма с китайской спецификой с древними представлениями китайцев о политическом управлении. Фон и композиция ПРТ следует традиции китайской живописи *гохуа*, в которой фон служит для актуализации вербальной и невербальной информации, а композиция состоит из компонентов, метафорически передающих ключевое содержание. Использование различных стилей китайской каллиграфии и выделение контрастным цветом привлекает внимание к базовым аксиологическим понятиям, отражающим тему ПРТ.

Анализ показывает, что используются только положительно маркированные идентификаторы, обозначающие единство китайского народа, наследование традиций, революционную борьбу, перспективы развития и др. Данные идентификаторы как составные элементы ПРТ отражают особенности народной и революционной культуры, интегрируя БЦС в систему норм и правил поведения. Взаимное влияние вербального и невербального текстов в графическом пространстве ПРТ позволяет (1) актуализировать важные смыслы, которые представлены вербально; (2) расширить и углубить представления получателей информации об абстрактном аксиологическом понятии; (3) включить ценность «民主 / демократия» в систему личных представлений о нормах и правилах поведения; (4) реализовать на практике концепцию демократии с китайской спецификой. Таким образом, китайский ПРТ ценности «民主 / демократия», соединяя традиции и инновации китайской культуры, достигает цели своего создания: формирование «нового мышления», отвечающего задачам государственного социально-политического развития. Перспективным является сопоставительный анализ китайских ПРТ, представляющих ценности китайцев.

Список литературы

- Лин Чэн.** Представление основных ценностей китайской национальной культуры в поликодовом рекламном тексте // Восточный калейдоскоп: Материалы докл. и сообщ. IV Всерос. науч.-практ. конф. молодых ученых-востоковедов, Москва, 13 декабря 2023 года. М.: РУДН, 2024. С. 246–254.
- Лин Чэн, Цай Цзяфэн.** Невербальные способы и средства репрезентации этнокультуры в китайской поликодовой коммерческой рекламе // *Litera*. 2025. № 3. С. 291–304. DOI 10.25136/2409-8698.2025.3.73509
- Лукин А. В.** Приход понятия «демократия» в Китай и его первые интерпретации // *Общество и государство в Китае*. 2009. Т. 39, № 1. С. 274–295.
- Новоспаская Н. В., Дугалич Н. М.** Терминосистема теории поликодовых текстов // *Русистика*. 2022. Т. 20, № 3. С. 298–311. DOI 10.22363/2618-8163-2022-20-3-298-311
- Олейников И. В., Кормич П. С.** Термин и понятие «демократия» в политической жизни Китая первой трети XX века // *Идеи и идеалы*. 2018. Т. 2, № 2 (36). С. 41–58. DOI 10.17212/2075-0862-2018-2.2-41-58
- Пищальникова В. А., Дубкова О. В., Цун Фэнлин.** Базовые ценности китайцев: проблемы и решения // *Пищальникова В. А., Дубкова О. В., Цун Фэнлин, Яо Чжипэн. Картина мира китайцев: теория и практика научного исследования*. М.: Р. Валент, 2020. С. 5–25.

- Романова Т. В., Винокурова А. С.** Психолингвистическая и лингвокогнитивная интерпретация поликодовых текстов // Язык. Текст. Дискурс. 2022. № 19. С. 46–60.
- Сонин А. Г.** Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления // Вопросы языкознания. 2005. № 6. С. 115–123.
- Хрипля Т. С.** Соотношение визуальных и вербальных компонентов в поликодовых текстах китайской социальной рекламы // Вестник Ом. гос. пед. ун-а. Гуманитарные исследования. 2023. № 4 (41). С. 121–127. DOI 10.36809/2309-9380-2023-41-121-127
- Хрипля Т. С., Иссерс О. С.** Общациональная идея «китайской мечты» в поликодовых текстах социальной рекламы КНР // Журнал Сибирского федерального университета. Серия: Гуманитарные науки. 2023. Т. 16, № 6. С. 973–990.
- Цзоу Хуацзин, Новоспасская Н. В.** Классификация элементов лингвокультурологической информации в поликодовом тексте печатной рекламы на материале русского и китайского языков // Litera. 2021. № 2. С. 1–10. DOI 10.25136/2409-8698.2021.2.35001
- Цюй Юнь.** Репрезентация моральной ценности «культурность» в социальной рекламе Китая // Вестник Моск. гос. лингвист. ун-та. Гуманитарные науки. 2021. Вып. 9 (851). С. 203–213. DOI 10.52070/2542-2197_2021_9_851_203
- Цюй Юнь.** Представление основных ценностей современного Китая в поликодовом рекламном тексте // Вестник Моск. гос. лингвист. ун-та. Гуманитарные науки. 2022. № 2 (857). С. 170–175. DOI 10.52070/2542-2197_2022_2_857_170
- Wells W., Burnett J., Moriarty S. E.** Advertising: Principles and Practice. Pearson: Prentice Hall, 2006. 592 p.
- Ван Вэй.** Лунь гунъи гуангао дэ шэхуэй цзячжи [王巍。论公益广告的社会价值//记者摇篮]. О социальной ценности социальной рекламы // Цзичжэ яолань. 2024. № 9. С. 141–143. (на кит. яз.)
- Лю Шэнхуа.** Шицзюэ юйфа шиюй ся миньцзянь ишу дэ шэхуэй чжили гуннэн – и «Ту шо вомэнь дэ цзячжигуань» сицую цзопинь вэй ли [刘胜华。视觉语法视域下民间艺术的社会治理功能——以“图说我们的价值观”戏曲作品为例//东南传播]. Функция социального управления народного искусства с точки зрения визуальной риторики: на примере произведений китайского национального театра в «Иллюстрированных рассказах о наших ценностях» // Дуннань чуаньбо. 2022. № 4. С. 106–109. (на кит. яз.)
- Ма Юймэй, Чжоу Юньли.** Лунь гунъи гуангао дэ шэхуэй цзячжи [马玉梅, 周云利。论公益广告的社会价值//学术交流]. О социальных ценностях в социальной рекламе // Сюэшу цзяюлю. 2000. № 2. С. 64–65. (на кит. яз.)
- У Сюйминь.** Гунъи гуангао шэцзи чжун дэ шицзюэ юаньсу бяода цзицяо [吴煦民。公益广告设计中的视觉元素表达技巧//中国民族博览]. Навыки выражения визуальных элементов в дизайне социальной рекламы // Чжунго миньцзу болань. 2024. № 13. С. 214–216. (на кит. яз.)
- Хань Чжэнь, Ши Бицю.** Шэхуэйчжуй хэсинь цзячжигуань: гуаньцзяньцы – миньчжу [韩震, 石碧球。社会主义核心价值观·关键词 民主。北京: 中国人民大学出版社]. Базовые ценности социализма: ключевые слова – демократия. Пекин: Чжунго жэньминь дасюэ чубаньшэ, 2015. 104 с. (на кит. яз.)
- Цяо Лэй, Ван Чжицян.** Гунъи гуагао юй шэхуэйчжуй хэсинь цзячжигуань чуаньбо – и «Ту шо вомэнь дэ цзячжигуань» гунъи гуангао вэй ли [乔磊, 王志强。公益广告与社会主义核心价值观传播——以“图说我们的价值观”公益广告为例//青年记者]. Социальная реклама и распространение базовых ценностей социализма: на примере социальной рекламы «Иллюстрированные рассказы о наших ценностях» // Циннянь цзичжэ. 2018. № 20. С. 31–32. (на кит. яз.)
- Ши Бицю.** Гуанжун юй мэньсян: фуцянь, миньчжу, вэньмин, хэсе [石碧球。光荣与梦想: 富强、民主、文明、和谐, 北京: 北京中国人民大学出版社]. Честь и мечта: процветание, де-

мократия, цивилизация, гармония. Пекин: Бэйцзин жэньминь дасюэ чубаньшэ, 2025. 333 с. (на кит. яз.)

Ши Хайцюань. Миньчжу гуаньянь цзай Чжунго дэ шэнчэн юй яньбянь [史海泉. 民主观念在中国的生成与演变//太平洋学报]. Зарождение и эволюция концепции *демократия* в Китае // Тайпиньян сюэбао. 2012. № 20 (9). С. 8–14. (на кит. яз.)

Янь Ци, Яо Линь, Ли Вэй Чао. Гунъи гуангао: шэхуэйчжуи хэсинь цзячжигуань дачжунхуа дэ юсюань луцзин [闫琪, 姚琳, 李卫朝. 公益广告:社会主义核心价值观大众化的优选路径.佳木斯大学社会科学学报]. Социальная реклама: предпочтительный путь популяризации базовых ценностей социализма // Цзямусы дасюэ шэхуэй кэсюэ сюэбао. 2022. № 40 (6). С. 80–82, 85. (на кит. яз.)

References

Han Zhen, Shi Biqiu. Shehuizhuyi hexin jiazhi guan: guanjianci – minzhu [韩震, 石碧球. 社会主义核心价值观·关键词 民主. 北京: 中国人民大学出版社]. Socialist Core values: Keywords – Democracy. Beijing, Zhongguo Renmin daxue chubanshe, 2015, 104 p. (in Chin.)

Khriplya T. S. Sootnoshenie vizual'nykh i verbalnykh komponentov v polikodovykh tekstakh kitaiskoi sotsialnoi reklamy [Correlation of visual and verbal components in polycode texts of Chinese public service announcements]. *Vestnik of Omsk State Pedagogical University. Humanitarian research*, 2023, no. 4, pp. 121–127. (in Russ.) DOI 10.36809/2309-9380-2023-41-121-127

Khriplya T. S., Issers O. S. Obshchenatsionalnaya ideya “kitaiskoi mechty” v polikodovykh tekstakh sotsial'noi reklamy KNR [The national idea of the “Chinese dream” in the polycode texts of public service announcements of the People’s Republic of China]. *Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences*, 2023, no. 16 (6), pp. 973–990. (in Russ.)

Ling Cheng, Cai Jiafeng. Neverbal'nye sposoby i sredstva reprezentatsii etnokul'tury v kitaiskoi polikodovoi kommercheskoi reklame [Nonverbal ways and means of representing ethnic culture in Chinese multicode commercial advertising]. *Litera*, 2025, no. 3, pp. 291–304. (in Russ.) DOI 10.25136/2409-8698.2025.3.73509

Ling Cheng. Predstavlenie osnovnykh tsennostei kitaiskoi natsionalnoi kultury v polikodovom reklamnom tekste [Presentation of the main values of Chinese national culture in a polycode advertising text]. In: *Oriental kaleidoscope*. Moscow, RUDN, 2024, pp. 246–254. (in Russ.)

Liu Shenghua. Shijue yufa shiyu xia minjian yishu de shehui zhili gongneng – yi “Tu shuo women de jiazhi guan” xiqu zuopin wei li [刘胜华. 视觉语法视域下民间艺术的社会治理功能——以“图说我们的价值观”戏曲作品为例//东南传播]. The social governance function of folk art under the vision of visual grammar – Taking the opera works of “Illustrated Account of Our Core Values” as an example. *Dongnan chuanbo*, 2022, no. 4, pp. 106–109. (in Chin.)

Lukin A. V. Prikhod ponyatiya “demokratiya” v Kitai i ego pervye interpretatsii [The arrival of the concept of “democracy” in China and its first interpretations]. *Society and the State in China*, 2009, vol. 39, no. 1, pp. 274–295. (in Russ.)

Ma Yumei, Zhou Yunli. Lun gongyi guanggao de shehui jiazhi [马玉梅, 周云利. 论公益广告的社会价值//学术交流]. On the social Value of Public Service Advertising. *Xueshu jiaoliu*, 2000, no. 2, pp. 64–65. (in Chin.)

Novospasskaya N. V., Dugalich N. M. Terminosistema teorii polikodovykh tekstov [Terminological system of the polycode text theory]. *Rusistika*, 2022, vol. 20, no. 3, pp. 298–311. (in Russ.) DOI 10.22363/2618-8163-2022-20-3-298-311

Oleynikov I. V., Kormich P. S. Termin i ponyatie “demokratiya” v politicheskoi zhizni Kitaya pervoi treti XX veka [The term and the concept of “democracy” in the political life of China in the first third of the 20th century]. *Ideas and Ideals*, 2018, vol. 2, no. 2 (36), pp. 41–58. (in Russ.) DOI 10.17212/2075-0862-2018-2.2-41-58

- Pishchalnikova V. A., Dubkova O. V., Cong Fengling.** Bazovye tsennosti kitaitsev: problemy i resheniya [Basic Values of the Chinese: Problems and Solutions]. In: Pishchalnikova V. A., Dubkova O. V., Cong Fengling, Yao Zhipeng. *Kartina mira kitaitsev: teoriya i praktika nauchnogo issledovaniya* [The Chinese World Picture: Theory and Practice of Scientific Research]. Moscow, R. Valent, 2020, pp. 5–25. (in Russ.)
- Qiao Lei, Wang Zhiqiang.** Gongyi guanggao yu shehuizhuyi hexin jiazhi guan chuanbo – yi “Tu shuo women de jiazhi guan” gongyi guanggao weili [乔磊, 王志强. 公益广告与社会主义核心价值观传播——以“图说我们的价值观”公益广告为例//青年记者]. *Public service Advertising and the Dissemination of socialist core values – “Illustrated Account of Our Core Values” public service advertising as an example. Qingnian jizhe*, 2018, vol. 20, pp. 31–32. (in Chin.)
- Qu Yun.** Predstavlenie osnovnykh tsennostei sovremennogo Kitaya v polikodovom reklamnom tekste [Representation of the core values of modern China in a polycode advertising text]. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 2022, no. 2 (857), pp. 179–175. (in Russ.) DOI 10.52070/2542-2197_2022_2_857_170
- Qu Yun.** Representation of the moral value of “civility” in Chinese social advertising. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 2021, no. 9 (851), pp. 203–213. (in Russ.) DOI 10.52070/2542-2197_2021_9_851_203
- Romanova T. V., Vinokurova A. S.** Psikholingvisticheskaya i lingvokognitivnaya interpretatsiya polikodovykh tekstov [Psycholinguistic and linguocognitive interpretation of polycode texts]. *Yazyk. Tekst. Diskurs*, 2022, no. 19, pp. 46–60. (in Russ.)
- Shi Biqiu.** Guangrong yu mengxiang: fuqiang, minzhu, wenming, hexie [石碧球. 光荣与梦想: 富强、民主、文明、和谐, 北京: 北京人民出版社]. *Glory and Dreams: Prosperity, Democracy, Civilization, and Harmony. Beijing, Beijing renmin daxue chubanshe*, 2025, 333 p. (in Chin.)
- Shi Haiquan.** Minzhu guannian zai Zhongguo de shengcheng yu yanbian [史海泉. 民主观念在中国的生成与演变//太平洋学报]. *The generation and Evolution of Democratic Concepts in China. Taipingyang xuebao*, 2012, no. 20 (9), pp. 8–14. (in Chin.)
- Sonin A. G.** Eksperimental'noe issledovanie polikodovykh tekstov: osnovnye napravleniya [Experimental studies of multimodal text comprehension: main directions]. *Voprosy Yazykoznaniiya*, 2005, no. 6, pp. 115–123. (in Russ.)
- Wang Wei.** Lun gongyi guanggao de shehui jiazhi [王巍. 论公益广告的社会价值//记者摇篮]. *On the social Value of Public Service Advertising. Jizhe yaolan*, 2024, no. 9, pp. 141–143. (in Chin.)
- Wells W., Burnett J., Moriarty S. E.** *Advertising: Principles & Practice*. Pearson, Prentice Hall, 2006, 592 p.
- Wu Xumin.** Gongyi guanggao sheji zhong de shijue yuansu biaoda jiqiao [吴煦民. 公益广告设计中的视觉元素表达技巧//中国民族博览]. *Visual element expression skills in public service advertising design. Zhongguo minzu bolan*, 2024, no. 13, pp. 214–216. (in Chin.)
- Yan Qi, Yao Lin, Li Weichao.** Gongyi guanggao: shehuizhuyi hexin jiazhi guan dazhonghua de youxuan lujing [闫琪, 姚琳, 李卫朝. 公益广告: 社会主义核心价值观大众化的优选路径. 佳木斯大学社会科学学报]. *Public Service advertising: the preferred path to popularize the Core Values of socialism. Jiamusi daxue shehui kexue xuebao*, 2022, no. 40 (6), pp. 80–82, 85. (in Chin.)
- Zou Huajing, Novospasskaya N. V.** Klassifikatsiya elementov lingvokul'turologicheskoi informatsii v polikodovom tekste pechatnoi reklamy na materiale russkogo i kitaiskogo yazykov [Classification of the elements of linguoculturological information in the polycode text of print advertising based on the material of Russian and Chinese languages]. *Litera*, 2021, no. 2, pp. 1–10. (in Russ.) DOI 10.25136/2409-8698.2021.2.35001

Информация об авторе

Ольга Владимировна Дубкова, кандидат филологических наук, профессор
RSCI Author ID 315169
SPIN 3317-3967

Information about the Author

Olga V. Dubkova, Candidate of Sciences (Philology), Professor
RSCI Author ID 315169
SPIN 3317-3967

*Статья поступила в редакцию 10.01.2026;
одобрена после рецензирования 28.01.2026; принята к публикации 30.01.2026
The article was submitted on 10.01.2026;
approved after reviewing on 28.01.2026; accepted for publication on 30.01.2026*