**Сравнительный анализ лозунгов по профилактике и борьбе с эпидемией на русском и китайском языках**

Го Яньжань

Аспирант Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова,

Москва, Россия

В начале 2020 года пандемия COVID-19 привлекла внимание учёных к лозунгам по профилактике и борьбе с эпидемией. Эта эпидемия вызвала изменения не только в жизни людей, но и привела к активным процессам в лексико-фразеологической системе языка. Появилось много новых слов, которые называют различные объекты и явления (например «ковид», «социальная дистанция» и «дистанционка»). В связи с этим, и в Китае, и в России появилось много пропагандистских лозунгов по профилактике и борьбе с эпидемией. С помощью таких лозунгов можно выразить чувства и эмоции, что также сказывается на поведении носителей русского и китайского языков в общении.

Сравнивая китайские и русские лозунги по профилактике и борьбе с эпидемией, можно увидеть определенные сходства и различия.

И в Китае, и в России используются лозунги-призывы. В начале эпидемии в условиях недостаточной информированности об эпидемии важно было использовать чёткие и краткие формулировки, чтобы отговорить людей собираться вместе. Пропаганда того, что нужно оставаться дома, становится основным лозунгом. Эти лозунги-призывы были понятны и приняты. Например, «不串门，不聚餐，待在家里就是做贡献» («Не собираться вместе, сидеть дома — значит вносить вклад»), «少吃一顿饭，亲情不会淡» («На одну совместную трапезу меньше — семейные отношения не ослабнут»).

Подобно этим китайским лозунгам в России также существуют лозунги, связанные с традиционными праздниками. Например, «Носишь маску - встретишь Пасху.» Пасха — это традиционный русский религиозный праздник. Каждая семья отмечает этот особенно важный для русского народа праздник. С помощью осознания русским народом своей традиционной культуры обращается внимание на эпидемию. Эти лозунги используют впечатление от традиционных праздников и убеждают людей собираться меньше.

В китайских и русских лозунгах используется риторический приём метафоры. Например, в Китае «坚决打赢疫情防控的人民战争»(«Решительно побеждать в народной войне за профилактику и борьбу с эпидемией»). И в России раньше говорили: «Война всё спишет!» А теперь говорят: «Коронавирус всё спишет!» Данное выражение сравнивает эпидемию с войной, что позволяет быстро усилить осознание болезни.

Несмотря на вышеперечисленные сходства, существуют и некоторые различия.

В китайских лозунгах ещё используется другая метафора. Например, «加油！热干面！» («Давай! Горячая сухая лапша!»). Во время эпидемии этот лозунг использовался очень часто для Уханя. Горячая сухая лапша является фирменным блюдом Уханя на завтрак, представляющим культуру города. И это блюдо настолько сильно ассоциируется с Уханем, что люди используют «горячая сухая лапша» вместо «Ухань». Кроме горячей сухой лапши, существует множество других специфических блюд, представляющих города, например, «炸酱面»(«лапша с жареным соусом»)для Пекина. Такие лозунги имеют городской и региональный характер.

Кроме того, в Китае омонимы часто используются в некоторых лозунгах. Например, В Центральном университете национальностей, чтобы приветствовать возвращение студентов в университет, был написан такой лозунг: «疫别重逢，且喜平安» (в исходной версии он звучит как «一别重逢，且喜平安» «в другой раз, когда мы встретимся снова, мы будем счастливы и в безопасности»). В нём «疫» («эпидемия») вместо «一» («в другой раз»). И ещё в интернет-общениях появился такой лозунг «桃过疫情» (в исходной версии он звучит как «逃过疫情» «Побег от эпидемии»). В нём созвучный иероглиф «桃» («персик») вместо «逃» («убежать»). По этой причине персики в сиропе были мгновенно распроданы.

Различие заключается в способности лозунгов, которые отражают культурные особенности нации. В России так же популярные лозунги, связанные с маской, например, «Каше маска не помеха», «На Бога надейся, а сам маску надень». Среди них также присутствует религиозный оттенок. В России существует такойюмористический лозунг, как, например, «Граждане, не спешите заражаться вирусом COVID-19! Скоро будут доступны новые версии: COVID-20 и COVID-20 VIP!»

Когда внезапно наступает эпидемия, лозунги играют важную роль в пропаганде профилактики и борьбы с эпидемией. С помощью лозунгов русский и китайский народы выиграли долгую борьбу с эпидемией. Хотя в настоящее время лозунг об эпидемии постепенно утрачивает актуальность, но за прошедшие несколько лет было создано большое количество лозунгов по профилактике и борьбе с эпидемией, и все они могут хорошо отражать лингвистические и этнические особенности китайцев и русских. Таким образом, тема о лозунгах о борьбе с эпидемией по-прежнему представляет ценность для углублённого изучения.

**Литература**

1. Джу Си. Сопоставительное исследование когнитивной метафоры в русских и китайских лозунгах по профилактике и борьбе с эпидемиями // 2022(11)
2. Ли Цзя. Взгляд на лозунги "Снова в школу" в колледжах Пекина и Уханя // Языковая ситуация в Китае 2020. № 2 (41). С. 69-79.
3. Савченко А.В. Лай Янь-Цзюнь. «Коронавирусные неологизмы»: от лексики и фразеологии к интернет-мемам (на материале русского и китайского языков) // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 4. С. 865–886.
4. Чжао Шицзю. Лозунги в профилактике и борьбе с эпидемией//Отчет о состоянии языковой жизни в Китае 2021(05). С.191-200.