

4. Борьба с фейковыми новостями, внушающими тревогу и страх перед опасностью пандемии, делает актуальной ценность правдивой информации.

5. Пропаганда вакцинации против COVID-19 усиливает ценность здоровья, жизни, см. русский слоган: *Смерть от ковида не лечится!*

6. Поддержка города Уханя – ценность национальной солидарности, единства и патриотизма в новых условиях. Китайские рекламные слоганы вербализуют эти ценности: *Мы вместе! Ухань, вперед!*

7. В основе темы запрета на употребление в пищу мяса диких животных лежит ценность здоровья и безопасности. Тематика формирует также ценность гармонии людей с природой.

В китайской социальной рекламе часто ряд ценностей утверждается в рамках одного рекламного плаката, например:

1) 接种新冠疫苗 (*Сделайте прививку от новой коронавирусной инфекции*), 人民至上 \ 生命至上 (*Народ превыше всего, жизнь превыше всего*), 万众一心 (*Все как один человек*);

2) 同舟共济 (*Сплотимся перед опасностью*), 万众一心, 支援武汉 (*Все, как один человек, поддержим Ухань*), 勤洗手, 戴口罩, 少出门 (*Часто мойте руки, носите маску и реже выходите на улицу*).

Яо Цзясюй
Аспирант, УрФУ

ИНСЕКТНЫЕ МОТИВЫ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ МЕТАФОРЕ: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В современной культуре насекомые символизируют «мелкое, распыленное, нецелостное начало мира» [Злыднева 2004: 241]. Насекомые являются важным символом и для политической метафористики. Образы насекомых несут амбивалентный характер. С одной стороны, они обладают негативной семантикой: к этому классу относятся насекомые, отмеченные человеческой телесностью или бытом (*клоп, вошь, таракан, муха*), они ассоциируются с болезнью, мусором, ничтожным существованием, войной, Апокалипсисом. С другой стороны, они обладают позитивной семантикой (чаще всего она связана с образами *пчелы, муравья и божьей коровки*). Цель доклада – рассмотреть насекомых, которые относятся к классу «нечистых». В политическом дискурсе возможно детальное развертывание негативно-метафорического значения в обобщенном образе *политические насекомые*. В образе насекомых выступают «достойные презрения люди» [Вайс 2008: 20]:

Поскребите Илюхина или Селезнева, и под хитиновой оболочкой политического насекомого вы найдете похабного обывателя, молящегося на свою дачку-тачку... (Дуэль; 24.08.1999).

Одним из часто встречаемых насекомых в политическом дискурсе является муха, главные характеристики которой определили метафорическое значение этого образа: малые размеры, назойливость, нечистота насекомого, например:

Подберезкин же исключен из думской фракции КПрФ, а его присоединение к «Отечеству» квалифицировано «как эффект политической мухи», которая назойливо жуужжит, раздувая свою значимость (Тамбовская жизнь; 25.08.1999).

В политической инсектарии были отмечены тараканы, пауки, скорпионы, вши, клопы, оводы, слепни. Например: *Демократические фракции – это кусок мыла. Без них тело парламента покрывается грязью, вшами и дурно воняет* (АиФ; 13.12.2006).

В сближении масштаба мира насекомых и политиков концептуализируется ничтожность и незначительность партийной деятельности. Показ политической жизни сквозь призму инсектного кода, сквозь многоликую армию насекомых различного типа достоверно очерчивает многомерность морально-нравственного падения политиков. Общая негативная коннотация сравнения политиков с насекомыми обесценивает политическую жизнь.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Вайс Д.* Паразиты, падаль, мусор. Образ врага в советской пропаганде // Политическая лингвистика. 2008. №1(24). С. 16–22.
2. *Злыднева Н. В.* Инсектный код русской культуры XX в. // Категории и концепты славянской культуры: Труды отдела истории культуры / Институт славяноведения РАН; Отдел истории культуры славянских народов. Москва: Институт славяноведения РАН, 2007. С. 243–252.

Яргина Д. С.

Магистрант, УрФУ

МАМЫ-КОММУНИКАТОРЫ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ

Пользователей женского пола в социальных сетях больше, чем мужчин. Одной из причин этого явления можно назвать декретный отпуск и отпуск по уходу за ребенком. В этот период возникает много вопросов, появляется потребность в тематически определенном общении, в том числе виртуальном. Тематика общения прослеживается по хештегам на т. н. «мамских» форумах. Мамы Екатеринбурга объединились в социальной сети «ВКонтакте». Группа «Мамы Екатеринбурга – Мамочки Екатеринбург» (https://vk.com/mama_eka) – 38630 подписчиков, группа «Клуб Мам Екатеринбург» (<https://vk.com/ekbkid>) – 42813 подписчиков.