

Ю. Н. МИХАЙЛОВА

*(Уральский институт экономики, управления и права,
г. Екатеринбург, Россия)*

УДК 811.161.1'42:811.161.1'38
ББК Ш141.12-003+Ш141.12-55

ОБРАЗ СОВРЕМЕННОЙ КРАСАВИЦЫ В ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛАХ²⁵

Аннотация: Статья посвящена анализу образа женской красоты, который имеет национально-специфические черты и изменяется во времени. На материале женских глянцевого журналов рассматривается формирующийся в русской языковой картине мира стереотип современной красивой женщины. В последнее десятилетие понятие женской красоты значительно изменилось. Глянцевые журналы следуют принятым в мировой моде параметрам красоты и транслируют читателю соответствующие ценностные установки современного общества, «навязывают» новые стереотипы, связанные с образом современной красавицы. Выделены три группы гендерных стереотипов: стереотипы первой группы относятся к внешнему облику красивой женщины, стереотипы второй группы связаны с ее образом жизни, стереотипы третьей группы отражают требования к внутреннему миру женщины, раскрывают те черты характера, которые призваны раскрыть и подчеркнуть ее красоту. Материалы показали, что современная красавица должна быть естественной, аккуратной и ухоженной, но при этом яркой, оригинальной и неповторимой, она должна иметь безупречную фигуру, но не изнурять себя диетами, должна вести здоровый образ жизни. Девушка должна быть женственной, обаятельной, уверенной в себе, скромной, умной и самодостаточной.

Ключевые слова: лингвокультурология, этнолингвистика, языковая картина мира, ценности, СМИ, гендерные стереотипы, гляцевый журнал.

Во все эпохи человечество волновала красота, в частности красота женская. Однако представления об идеальной красавице у разных этносов, как известно, существенно различаются. Более того, образ красавицы претерпевает изменения и во времени, поэтому представления о красивой женщине у разных поколений одного и того же этноса также различны.

²⁵ Работа выполнена при финансовой поддержке РФНФ, грант 15-04-00239 а «Национальные базовые ценности и их отражение в коммуникативном пространстве провинциального города: традиции и динамика»

Концептуализация и категоризация действительности как процессы ее познания находят отражение в картине мира. Картина мира, по определению Б.Ю. Нормана, это целостный, глобальный образ действительности, который формируется в общественном сознании в результате взаимодействия человека с окружающей средой [Норман 2013:17]. Подобное определение картины мира находим у И.А. Стернина и З.Д. Поповой: «картина мира – совокупность знаний о действительности, сформировавшаяся в общественном (а также групповом, индивидуальном) сознании» [Попова, Стернин 2006: 36]. В картине мира «удобно разместились наши привычки, вкусы, способности, удовольствия и надежды» [Липпман 2004:108].

В когнитивной лингвистике различают естественную и оценочную категоризацию и, соответственно, естественную картину мира, отражающую физический мир, и оценочную картину мира, отражающую идеализированную модель [Болдырев 2014]. Ценностную картину мира, по мнению В. И. Карасика, формируют человеческие и национально обусловленные ценности [Карасик 1996]. «Ценности – это обобщенные представления о том, что является должным, правильным, социально и личностно желанным в различных сферах общественной жизни, устойчивые убеждения, которыми руководствуется человек или социальная группа, предпочитая тот, а не иной тип поведения» [Национальные базовые ценности 2015: 4]. Человеческие ценности можно условно разделить на внешние, социально обусловленные, и внутренние, персонально обусловленные. Совокупность этих ценностей формирует ценностную картину мира этноса в целом и отдельного индивида [Карасик 1996: 5]. В ценностной картине мира присутствуют наиболее существенные для данной культуры смыслы или ценностные доминанты. Ценностная картина мира находит свое отражение в языковой картине мира, под которой обычно понимается заключенная в языке интерпретация действительности, которую можно представить в виде комплекса суждений о мире; запечатленный в словах, социально наследуемый (то есть передаваемый из поколения в поколение) слепок национального образа мира. В языковой картине мира отражаются и фиксируются не только знания о мире, но и за-

блуждения относительно того же самого мира, ощущения мира, процесс и плоды созерцания мира, его оценки, фантазии и мечты о мире, вымыслы [см., например, Бартминский 2005; Болдырев 2014; Норман 2013].

Процессы глобализации, охватившие весь мир, приводят к размыванию собственно национальных ценностей, к их универсализации. Результаты этого процесса обнаруживаются в изменении коллективных представлений русского этноса о красивой, идеальной женщине, и в последние десятилетия можно наблюдать определенную динамику этого образа.

Ценностные установки в социуме транслируются, главным образом, через средства массовой информации, в частности через гляцевые журналы: их «страницы открывают яркую, беззаботную жизнь, приобщают к сообществу успешных людей» [Долгова 2011: 3]. Глянцевый журнал формирует гендерные стереотипы посредством вербального и визуального ряда. Гендерные стереотипы в СМИ – наиболее распространенные и актуальные стереотипы массового сознания и массовой культуры [Ефремов 2009: 104]. Поскольку гляцевый журнал является одним из самых популярных и значимых информационных каналов для молодежи, а также важным ресурсом формирования социально значимого поведения, именно через гляцевые журналы транслируется образ и «навязываются» ценностные установки восприятия женской красоты.

Цель нашего исследования – выявить типовые черты современной красавицы по данным гляцевых журналов. Материалом исследования послужили контексты, извлеченные из журналов Yes, Cosmopolitan, Oops, Joy, Ellegirl, Работница, Крестьянка за 2008-2016 гг., в которых дается характеристика внешнего облика красивой женщины и ее внутренних установок. Стереотипный образ современной красавицы включает следующие признаки.

1. Внешний вид красивой женщины.

Большую ценность приобретает естественная красота, а не модельная внешность: *Естественная красота – основной тренд современной моды* (Yes, октябрь 2012); *Я за естественную привлекательность* (Ellegirl, ноябрь 2011); *Вся сила – в естествен-*

ности (Ellegirl, декабрь 2011); *Большую актуальность приобретает естественность* (Yes, январь 2013); *Старайся быть максимально естественной* (Yes, октябрь 2012).

В стремлении к естественной красоте важным становится принцип «принимай себя такой, какая ты есть; люби себя»: *Пуш-ап вышел из моды – не стесняйся того, какая ты есть на самом деле* (Yes, октябрь 2012); *Нужно всегда оставаться настоящей и гордиться тем, какая ты есть* (Yes, октябрь 2012); *Она всегда находит общий язык с окружающими и собственным телом* (Ellegirl, декабрь 2011); *Мы все одинаково придирчивы и слишком строги к своему телу* (Cosmopolitan, апрель 2015); *Себя нужно обожать* (Cosmopolitan, апрель 2015).

Естественная красота невозможна без ухоженности и аккуратности, которые связаны с чистотой и гигиеной. Эта идея в журнальных статьях часто выражается императивными конструкциями и предложениями с модальностью долженствования: *Нужно быть ухоженной* (Yes, октябрь 2011); *Девочки должны выглядеть аккуратно* (Yes, август 2012); *Соблюдай простые правила гигиены* (Yes, октябрь 2012).

Естественная красота отражается, по мнению глянца, в коже, поэтому особое внимание уделяется состоянию кожи. Она является главным показателем не только красоты, но и здоровья, и потому, в соответствии с современными представлениями, красивой женщине не стоит увлекаться чрезмерным макияжем: *Летом не стоит перегружать кожу макияжем* (Cosmopolitan, 2014); *Нигде не должно быть скопление цвета, только свежий румянец и легкое свечение* (Ellegirl, июль 2013); *Главное в любом макияже – красивая кожа* (Yes, октябрь 2012); следует кожу беречь, ухаживать за ней, а первое средство ухода – это опять же чистота: *Берегите свою кожу, и тогда она ответит вам естественной красотой и молодостью* (Работница №2, февраль, 2016); *Если бережно ухаживать за кожей, даже в самую ненастную погоду можно сохранить ее сияющей и чарующе нежной* (Работница №1, январь, 2016); *Увлажнение кожи – главное правило ее красоты* (Oops, июль 2014); *Кожа должна быть чистой, без раздражений и прыщей* (Yes, октябрь 2012); *Кожу обязательно нужно очищать* (Yes, апрель 2011); *Уход должен*

быть комплексным – важно очищать, тонизировать, питать и увлажнять кожу шеи и декольте, так же, как и лица (Работница №2, февраль, 2016).

Современная красавица должна быть стройной, иметь совершенную фигуру. Особое внимание уделяется телесному совершенству, которое достигается диетой и физическими нагрузками: *Здоровый способ быстро обрести талию – сесть на экспресс-диету* (Крестьянка №12, декабрь, 2013); *Питательный завтрак надолго подарит чувство сытости, что поможет избежать переедания в течение дня и, как следствие, увеличения веса* (Работница №1, январь, 2016). Идея стройности и похудения является центральной во всех женских глянцевах журналах, и для ее выражения издания используют действенный прием личного примера: приводятся высказывания от первого лица: *Я не отступилась от своего желания стать стройнее* (Yes, октябрь 2012); *За лето я должна скинуть лишние килограммы* (Yes, октябрь 2012); *Мне обязательно нужно похудеть* (Yes, октябрь 2012), *Я объявила решительную войну лишнему весу* (Yes, октябрь 2012); а также прямое обращение к читательнице: *Ты стараешься следить за фигурой, ведь модные вещи лучше смотрятся на идеальном теле* (Yes, октябрь 2012). Однако диеты и чрезмерные физические нагрузки могут повредить здоровью, поэтому в стремлении к совершенству нужно соблюдать умеренность: *В осеннее время врачи и диетологи рекомендуют отказаться от любых строгих диет* (Работница №10, октябрь, 2015); *В спортивных нагрузках специалисты советуют соблюдать умеренность* (Работница №10, октябрь, 2015).

Наряду с естественной красотой в глянцевах изданиях декларируется идея оригинальности, яркости и решительности создаваемого образа, что подчеркивается лексическими средствами со значением «выделяться чем-л. из ряда подобных»: *Акцент на руки усиливается оригинальными браслетами* (Работница №1, январь, 2016); *Акцентируй внимание на необычных аксессуарах или яркой паре обуви; Яркие тени – лучший инструмент для создания запоминающегося образа* (Joy, июль 2014); *Самый простой способ добавить яркости в свой образ – поменять цвет волос* (Yes, октябрь 2012); *Женские плащи в ярких, даже*

чуть агрессивных тонах – самый актуальный тренд (Крестьянка №10, октябрь, 2013); *Девочкам придется по вкусу как расцветки живой природы, так и яркие, необычные пятна, стильные фасоны и модные детали* (Работница №2, февраль, 2016); *Добавьте в свой гардероб несколько броских и насыщенных цветов* (Работница №11, ноябрь, 2015); *Избавляемся от всех предрассудков и создаем непривычные сочетания* (Ellegirl, июль 2013), *Не бойся экспериментов* (Ellegirl, март 2008).

2. Образ жизни современной красивой женщины.

Стереотипы этой группы отражают новый взгляд на то, как добиваться красоты и сохранять ее. В тренде современной жизни спорт и тренировки: *Спорт – в тренде* (Yes, октябрь 2012); *Красивые женские ножки – результат спортивных тренировок* (Ellegirl, декабрь 2011); *Самые полезные для красоты ног виды спорта – ходьба, велосипедные прогулки, плавание* (Крестьянка №6, июнь, 2013), а также здоровый, активный образ жизни: *Я веду активный образ жизни. Стараюсь быть в форме* (Joy, август 2012); *Поддерживай физическую активность в течение дня* (Работница №2, февраль, 2016). Чтобы быть красивой, нужно держать тело в тонусе, правильно питаться и соблюдать режим дня: *Красивое лицо и тело – это следствие правильного питания, занятий спортом и обретения душевной гармонии* (Крестьянка №10, октябрь, 2013); *Нужно соблюдать график сна* (Работница №2, февраль, 2016); *Тренировки зимой позволяют поддерживать тело в тонусе, укрепляют иммунитет и улучшают настроение* (Работница №1, январь, 2016); *Неправильное питание оказывает значительное негативное влияние на здоровье* (Работница №1, январь, 2016). Журналы подают такую информацию часто в форме речевых жанров совета: *Здоровье начинается с тарелки. Оцените то, что вы едите, и уберите все лишнее* (Крестьянка №12, декабрь, 2013); *Ты должна вести определенный образ жизни (не курить, есть здоровую пищу, быть чаще на свежем воздухе* (Сomopolitan, 2014).

3. Русский идеал женской красоты никогда не ограничивался внешним обликом, важное место в нем всегда занимала красота внутренняя. В этом особенно ярко проявляется национальная специфика образа красавицы. Поэтому в русских изданиях

глянцевых журналов представлены стереотипы, отражающие требования к внутреннему облику женщины: *Настоящая красота – это не внешние данные, это то, что идет изнутри* (Yes, октябрь 2012). Внимание уделяется тем чертам характера, которые раскрывают и подчеркивают ее внешнюю красоту.

Настоящая красавица должна быть женственной и грациозной: *Женственность – излучение, от которого теряешь голову* (Joy, август 2012); *Ты – воплощение женственности и грациозности* (Yes, октябрь 2012); *Женственность сейчас в моде* (Крестьянка №6, июнь, 2013), обаятельной и привлекательной, и эти качества проявляются в доброжелательности, в улыбке: *Женщина становится особенно притягательной, когда улыбается* (Ellegirl, декабрь 2011). Важным качеством русской женщины всегда считалась скромность, которая входит в систему национальных ценностей [Национальные базовые ценности 2015]. Современное стереотипное представление о женской красоте также сохраняет это качество: *Скромность украшает* (Yes, январь 2013); *Скромность не вышла из моды* (Joy, август 2012). Вместе с тем современный мир, в котором высока конкуренция, требует от женщины и других качеств, предъявляемых раньше в большей степени к мужчинам. Чтобы занять достойное место в обществе, стать успешной, современная красавица должна быть уверенной в себе: *Уверенность в себе и в своих силах – один из главных критериев успешности* (Работница №1, январь, 2016); *Открытость, естественность, спокойствие, уверенность в себе* (Yes, октябрь 2012), а также умной и самодостаточной: *Настоящая красота – это когда глаза светятся, когда ты видишь в них ум и самодостаточность* (Yes, октябрь 2012).

Таким образом, современные глянцевые журналы формируют идеальный образ красавицы, к которому нужно стремиться, которому нужно подражать. Глянцевые журналы как проводники гламура нередко опровергают истинные этические и эстетические ценности общества, однако создаваемый ими сегодня стереотип женской красоты совмещает в себе общемировые модные тренды и национальные ценностные ориентиры. Современная красавица должна быть естественной, аккуратной и ухоженной, но при этом яркой, оригинальной и неповторимой,

она должна иметь безупречную фигуру, но не изнурять себя диетами, должна вести здоровый образ жизни. Девушка должна быть женственной, обаятельной, уверенной в себе, скромной, умной и самодостаточной.

ЛИТЕРАТУРА

Бартминский Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике. – М., 2005.

Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика. Введение в когнитивную лингвистику: курс лекций. – Тамбов, 2014.

Долгова Ю. А. Социальный феномен глянцевого журнала в культуре потребления молодежи: дисс... канд. соц. наук. – Саратов, 2011.

Ефремов В. А. Основы гендерной лингвистики. – СПб., 2009.

Карасик В. И. Культурные доминанты в языке // Языковая личность: культурные концепты: Сб. научн. трудов. – Волгоград–Архангельск, 1996.

Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчуновой. – М., 2004.

Национальные базовые ценности и их динамика: результаты социолингвистического мониторинга / Отв. редактор И. Т. Вепрева. – Екатеринбург, 2015.

Норман Б. Ю. Когнитивный синтаксис русского языка. – М., 2013.

Попова З. Д., Стернин И. А. Семантико-когнитивный анализ языка. – Воронеж, 2006.

Русская языковая картина мира и системная лексикография / Отв. ред. Ю. Д. Апресян. – М., 2006.

©Михайлова Ю. Н., 2016