

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РУСИСТИКИ

УДК 808.2

Т. С. Глушкова

КОРРЕЛЯЦИЯ ПОНЯТИЙ «КРАСОТА» И «ПОЛЬЗА» В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА (НА МАТЕРИАЛЕ ПАРЕМИОЛОГИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ, ТЕСТОВ СМИ И РЕКЛАМЫ)

Рассматриваются содержательные компоненты значимых для русского сознания концептов, связанные с представлениями о внешней красоте и некрасивости человека, понятиями пользы и вреда. На основе анализа материала выявляются стереотипы, отражающие взаимосвязь данных понятий, фиксируются изменения в русской языковой картине мира. Описываются приемы создания рекламных сообщений, в основе которых лежат операции над когнитивными структурами.

Ключевые слова: концепт, стереотип, языковое сознание, красота, польза, реклама.

Цель данной работы заключается в описании одного из содержательных компонентов концепта *польза*, коррелирующего с образно-перцептивной составляющей концепта *красота*, т. е. «совокупностью прототипных образов красивой/некрасивой внешности» [1]. Данные концепты формируют ценностную картину мира языкового сознания, характеризующуюся, с одной стороны, единой общечеловеческой системой оценок, с другой – национально-культурной спецификой.

«Моделирование концептов, т. е. структурированное языковое описание содержания той или иной единицы знания (концепта, фрейма, сценария) в аспекте национальной специфики, особенно актуально в исследовании концептуальных и языковых картин мира разных этносов» [2].

Материалом исследования послужили пословицы и поговорки русского народа, в которых обобщен и вербализован опыт многих поколений, а также тексты электронных СМИ и рекламы, отражающие и корректирующие знания и представления носителей языка.

Как свидетельствует анализ паремий, в русском языковом сознании неотъемлемым атрибутом красоты является здоровье. Например: *Болезнь человека не красит. Болезнь и скотину не красит. Высох, как лист, как спичка. Кости да кожа, одни ребра. Уходила, умучила, согнула да скрючила (болезнь, лихорадка)* [3].

В лингвокогнитивной модели концепта *здоровье*, реконструированной А. Н. Усачевой, среди характеристик здорового индивида представлены следующие: «чувствует себя молодым, не старым», «выглядит хорошо, привлекательно, здоровым», «выглядит сильным, бодрым», «чистым (соблюдающим личную гигиену)», «без физических недостатков» [4]. Стереотип, согласно которому понятия «молодость» и «красота» становятся взаимообусловленными, находит отражение в следующих

паремиологических контекстах: *Девичье тельце – натрушено сенцо. Пух в атласе. Руса коса до шелкова пояса. Коса – девичья краса. Молодец, хоть во дворец. Красен человек статью. Плеча могучие, широкие, молодецкие, богатырские. Русы волосы сто рублей, буйна голова – тысяча, а всему молодцу и цены нет. Ах, мак, да зелен; хорош малый, да молод. Расцветает, что маков цвет. Кровь с молоком* [3]. Как правило, в пословицах о внешней красоте человека используются лексемы «молодец», «девица», также производные «девичий», «молодецкий».

Весьма устойчивым для русского языкового сознания будет представление о старости и некрасивости: *Недаром старцы уроды. Годы калечат. Старость – увечье; старость – неволя. При старости две радости: и с горбом и с бельмом (или: горб и кила). Не гребень голову чешет, а время. Время краску с лица сгоняет. Хоть кривое, да молодое; а старое – и прямое, да гнилое* [3].

Некрасивость связывается с такими внешними признаками, как «наличие врожденного физического недостатка», «диспропорциональность», «хилость, слабое здоровье» [1]. Представления о некрасивой внешности отражены в следующих контекстах: *Костлява, как тарань. Кости, что крючья, хоть хомуты вешай. Сам копной, брюхо горой. Копна копной – так и переваливается. Рожь вспахана, только посеять да заборонить, Голова с пивной котел. Голова, что булава. Рот до ушей, хоть лягушку пришей. То-то носина, словно соборное гасило. Руки граблями, ноги вилами. Руки сковородником, ноги ухватом* [3].

Следует отметить разработанность характеристик внешности человека в паремиологических источниках. В пословицах и поговорках содержится подробное описание частей тела человека, его фигуры, лица: *Руки, как крюки. Руки, что грабли. Кто голенаст, а кто бедерчат. Развилыстый дол-*

гоног. Брови, что медведи лежат (густые). Брови застрехой (навесом). Рыло порото по самое ухо. Ласточкин рот. Нос крючком, борода клочком. Нос, что и багра не надо. Ряб, будто черти у него на рожге в свайку играли. Будто черти на нем рогах молотили. С твоей рожгой только детей пугать. Много красы: одни скулы да усы. С твоей бы рожгой – сидел бы под рогожей [3]. Как явствует из приведенных выше примеров, большинство описаний внешности человека носит отрицательный характер. Данный факт можно объяснить особенностью русского мироощущения, для которого приоритетной будет красота внутренняя. Противопоставление внешней и внутренней красоты прослеживается в следующих контекстах: *Не будь изроден, а будь пригоден. Личиком беленок, да душой чернек. Рожа крива (черна), да душа пряма (бела). С лица не воду пить. Хорошего не лизать, дурного не тесать. На красивого глядеть хорошо, с умным жить легко. Красота приглядится, а ум вперед пригодится. Не родись красивый, а родись счастливый. С рожги болван, а во всем талан* [3]. Бинарность русского мироощущения проявляется также в репрезентациях концепта *красота* в современных контекстах, например в поэтическом рок-дискурсе. Как отмечает А. В. Анашкина, «в большинстве рассмотренных контекстов концепт КРАСОТА актуализируется в ироническом аспекте как нечто не совсем настоящее, поверхностное, не всегда отражающее внутреннюю суть явлений и предметов» [5].

Таким образом, между данными концептами – *здоровье* и *красота* – прослеживается устойчивая связь.

Здоровье является одной из важнейших жизненных ценностей человека. Человек старается сохранять и укреплять его. Для этого он должен правильно питаться, употреблять здоровую пищу, заниматься спортом, физическими упражнениями, не иметь вредных привычек [4], т. е. делать все то, что будет полезным для его здоровья. В структуре концепта *польза* можно выделить корреляции «польза – здоровье» и «польза – красота». Хотя в сознании носителей языка все чаще понятие красоты соотносится с категорией вреда. Об этом свидетельствуют примеры, взятые из Интернет-источников: «Женщины постоянно посещают салоны красоты ради того, чтобы молодо и красиво выглядеть, однако новые процедуры, которые предоставляют своим клиентам такие салоны, могут быть вредны для здоровья» [6], «Вред косметики может проявляться чаще всего в виде всевозможных аллергических реакций как в зависимости от индивидуальной непереносимости определенных компонентов, так и от неправильного ее использования. Когда дело касается напрямую ваше-

го здоровья, то здесь ни в коем случае нельзя следовать принципу „красота требует жертв“ [7], «...мы уже писали на нашем сайте о том, что иногда содержимое нашей косметички: тушь, губная помада, пудра, тональный крем – все это может причинить вред здоровью женщины» [8], «Вред косметики. Какая косметика лучше» [9], «Отбеливание зубов. Вред или красота?» [10], «Цветные линзы – красота или вред?» [11], «Уколы „красоты“ – вред или польза?» [12]. Данные контексты подтверждают и то, что в ценностно-эстетической картине мира произошли изменения: внешняя красота человека приобрела большую значимость.

Для нашего исследования наибольший интерес представляет корреляция «польза – красота», точнее, «полезность – красота». Обратимся к словарным дефинициям: *Полезный* – 1. Приносящий пользу. *Полезная книга. Полезная деятельность. Молоко пить полезно.* 2. полн. ф. Пригодный для определенной цели, идущий в дело. *Полезная жилая площадь //* сущ. полезность, – и, ж. (к 1 знач.) [13]. В «Толковом словаре живого великорусского языка» В. И. Даля представлены следующие производные словообразовательные единицы лексем «польза»: «пользовать», «пользователь», «пользитель», «пользущий», «пользительный». **Полезный**, служащий на пользу, её доставляющий. **Полезность**, в значении свойства, качества. **Пользовать**, приносить пользу, быть полезну, спорить, подспорить. **Пользователь, пользитель** чей, пользующий, врачующий кого. **Пользущий** зап. о зелье, весьма полезный, исцеляющий. **Пользительный**, полезный, особенно для здоровья, целительный, целебный» [14].

Синонимом слова «полезный» является слово «здоровый»: «такой, который идёт на пользу здоровью, укрепляет организм». Слово «пользительный», употреблявшееся в качестве синонима в XIX в., в современном языке маркируется как просторечное [15].

Среди синонимов слова «полезность» наряду с «благодетельностью», «благодетельностью», «выгодностью» находим также «здоровость», «питательность», «пользительность», «целебность» [16].

Концепты *польза, красота* и *здоровье* активно используются создателями рекламы косметических средств. Как показывает анализ паремнологического материала, одним из показателей женской красоты является белизна и гладкость кожи: *Видно, она с серебра умывается (т. е. бела). Сама собой миленька, личиком беленька. Краше цвету алого, белее снегу белого. Кто гладенек, тот и миленек* [3].

Производители косметической продукции также уделяют большое внимание средствам по ухо-

ду за кожей лица, рук и ног. Широко представлена на российском рынке продукция концерна ОАО «Калина» торговой марки «Сто рецептов красоты».

Рассмотрим некоторые приемы создания рекламных текстов, в основе которых лежит апелляция к категории полезности. В текстах, размещенных на упаковках косметической продукции, достаточно активно поддерживается и усиливается стереотип, связанный с представлениями о пользе всего натурального и природного: «все, что имеет природное происхождение, не наносит вреда здоровью человека». «Натуральный» и «природный» – две ключевые лексемы рекламных текстов данной косметической продукции. Например: «источник природного эластина», «7 активных природных масел», «источник природного ретинола», «продукты, которые используются для приготовления данного средства по уходу за лицом, имеют природное происхождение», «источник природного коллагена», «содержит природный УФ-фильтр» [17].

Аргументом, подтверждающим природное происхождение компонентов, входящих в состав средств по уходу за кожей лица, рук, ног, является достаточно подробный перечень растений, овощей и фруктов, которые были использованы в рецептуре: *олива, персик, миндаль, подсолнечник, имбирь, кедр, женьшень, облепиха, кукуруза, тыква, виноград, огурец* и др. [17].

Приемом завоевания доверия потребителей можно считать содержащееся в рекламном тексте указание на то, что рецепты приготовления косметических средств были предложены женщинами, которые сами пользуются данной продукцией.

Использование числительного «сто» в названии торговой марки и слогане, которые размещены

на упаковке, призвано усилить представление о пользе рекламируемой косметики: «*Сто рецептов красоты*», «*Полезность 100 % компонентов*».

Следовательно, в рекламе эксплуатируются положительные стереотипы, связывающие такие понятия, как «красота» и «полезность».

Компонент «польза – красота» наполняется следующим содержанием: во-первых, то, что делает человека внешне привлекательным, может быть полезным для его здоровья, т. е. «красиво – полезно»; во-вторых, **то, что делает внешность** человека красивой, может быть вредным для его здоровья, т. е. «красиво – бесполезно»; в-третьих, то, что может быть полезным для здоровья человека, может не отличаться красотой, т. е. «некрасиво – полезно».

Некрасивость может быть полезной, об этом свидетельствуют следующие контексты, например: «*Некрасивая внешность полезна. Ученые в очередной раз сделали комплимент дамам: составлен список полезных для здоровья женских недостатков*» [18], «*Это интересно: некрасивая, но полезная поза*» [19]. Как говорилось выше, «некрасивость» и «польза» рассматриваются в аспекте противопоставления красоты внутренним качествам человека, так как за внешней некрасивостью может быть скрыта красота внутренняя.

Итак, соотношение понятий «польза» и «красота» оказывается опосредовано представлениями о том, что является полезным для здоровья человека и что причиняет ему вред.

Описание фрагментов языковой картины мира на материале различных источников позволяет расширить представление о национальной специфике материальной и духовной культур русского народа, помогает лучше понять особенности русской ментальности.

Список литературы

1. Мещерякова Ю. В. Красота // Антология концептов / под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. М.: Гнозис, 2007. С. 88–102.
2. Жукова Н. С. Языковое моделирование концепта «MODE» в немецкой лингвокультуре // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin). 2013. Вып. 3 (131). С. 41–43.
3. Даль В. И. Пословицы русского народа: сб. В 2 т. Т. 1. М.: Худож. лит., 1984. 383 с.
4. Усачёва А. Н. Здоровье // Антология концептов / под ред. В. И. Карасика, И. А. Стернина. М.: Гнозис, 2007. С. 82–87.
5. Анашкина А. В. Концепт КРАСОТА и его воплощение в дискурсе рок-поэзии (на материале текстов группы «Аквариум») // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin). 2014. Вып. 2 (143). С. 59–61.
6. Аппараты в салон красоты. URL: sovets.net/308-vred-ot-procedur-v-salone-krasoty.html (дата обращения: 06.01.2014).
7. Вред косметики. URL: www.vredno-vsyo.ru/malopodvizhnost/110-vred-kosmetiki.html (дата обращения: 06.01.2014).
8. Рецепты красоты и здоровья. URL: bezvreda.com/recepty-krasoty-i-zdorovya/ (дата обращения: 06.01.2014).
9. Вред косметики. Какая косметика лучше. URL: beautydar.ru/recepty-krasoty/1206-vred-kosmetiki.html (дата обращения: 06.01.2014).
10. Отбеливание зубов. Вред или красота? URL: gotpower.ru/otbelivanie-zubov-vred-ili-krasota/ (дата обращения: 06.01.2014).
11. Цветные линзы – красота или вред? URL: www.justlady.ru/articles-143112-cvetnye-linzy-krasota-ili-vred (дата обращения: 06.01.2014).
12. Уколы «красоты» – вред или польза? URL: med.crimea.ua/news/paper/ukoly-krasoty-vred-ili-polza.488.html (дата обращения: 06.01.2014).
13. Ожегов С. И. Словарь русского языка: Ок. 57 000 слов / под ред. Н. Ю. Шведовой. 16-е изд., испр. М.: Рус. яз., 1984. 797 с.

14. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4 т. М.: Русский язык, 1981–1982. Репринт с издания: М., 1880–1882. Т. I–IV.
15. Словарь синонимов русского языка / ИЛИ РАН; под ред. А. П. Евгеньевой. М.: Астрель: АСТ, 2001. Т. 2. О–Я. 856 с.
16. Тришин В. Н. Словарь синонимов ASIS: 2010 // Академик: Словари и энциклопедии на Академике. URL: http://dic.academic.ru/contents.nsf/dis_synonims/
17. URL: www.kalina.org/brands/srk/srk_rek.php (дата обращения: 06.01.2014).
18. Некрасивая внешность полезна. URL: www.wday.ru/krasota-zdorovie/novosti/nekraivaya-vneshnost-polezna/ (дата обращения: 29.01.2014).
19. Это интересно: некрасивая, но полезная поза. URL: karieryaspek.ru/eto-interesno-nekrasivaya-no-poleznaya-poz/ (дата обращения: 29.01.2014).

Глушкова Т. С., кандидат филологических наук, доцент.

Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского.

Ул. Андрианова, 28, Омск, Россия, 644077.

E-mail: dis555gts@mail.ru

Материал поступил в редакцию 21.05.2014.

T. S. Glushkova

CORRELATION OF NOTIONS “BEAUTY” AND “USE” IN THE LINGUISTIC WORLDIMAGE (ON THE MATERIAL OF PAREMIOLOGICAL SOURCES, MASS MEDIA TEXTS AND ADVERTISEMENTS)

The author deals with substantial components of such concepts as BEAUTY, USE, HARM, HEALTH. The concepts mentioned are significant for Russian consciousness and are connected with ideas of outward appearance and plainness, use and harm. On the basis of the material analyzed, the stereotypes reflecting these notions' interrelations are revealed, the changes in Russian linguistic worldimage are set. The author also describes the techniques for creating advertising messages, which are based on operations with cognitive structures. Description of linguistic worldimage of the world fragments with the help of different materials makes it possible to enlarge the insight about national features of material and spiritual culture of Russian people. It also helps to realize the peculiarities of Russian mentality.

Key words: *concept, stereotype, use, beauty, language consciousness, harm, advertisement.*

References

1. Meshcheryakova Yu. V. Beauty. *Anthology of concepts*. Pod red. V. I. Karasika, I. A. Sternina. Moscow, Gnozis Publ., 2007, pp. 88–102 (in Russian).
2. Zhukova N. S. Modeling of the concept “MODE” in the german linguistic culture. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2013, no. 3 (131), pp. 41–43 (in Russian).
3. Dal' V. I. *Proverbs of the Russian people*: Collection in 2 volumes. Vol. 1. Moscow, Khudozh. lit. Publ., 1984. 383 p. (in Russian).
4. Usacheva A. N. Health. *The anthology of concepts*. Pod red. V. I. Karasika, I. A. Sternina. Moscow, Gnozis Publ., 2007, pp. 82–87 (in Russian).
5. Anashkina A. V. The concept BEAUTY and its embodiment in a rock poetry discourse (data: texts of group “AKVARIUM”). *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2014, no. 2 (143), pp. 59–61 (in Russian).
6. *Devices for the beauty salon*. URL: sovets.net/308-vred-ot-procedur-v-salone-krasoty.html (Accessed: 6 January 2014) (in Russian).
7. *Harm of cosmetics*. URL: www.vredno-vsyo.ru/malopodvizhnost/110-vred-kosmetiki.html (Accessed: 6 January 2014) (in Russian).
8. *Recipes of beauty and health*. URL: bezvreda.com/recepty-krasoty-i-zdorovya/ (Accessed: 6 January 2014) (in Russian).
9. *Harm of cosmetics. What cosmetics is better*. URL: beautydar.ru/recepty-krasoty/1206-vred-kosmetiki.html (Accessed: 6 January 2014) (in Russian).
10. *Whitening of teeth. Harm or beauty?* URL: gotpower.ru/otbelivanie-zubov-vred-ili-krasota/ (Accessed: 6 January 2014) (in Russian).
11. *Colored lenses – beauty or harm?* URL: www.justlady.ru/articles-143112-cvetnye-linzy-krasota-ili-vred (Accessed: 6 January 2014) (in Russian).
12. *Injections of “beauty” – harm or good?* URL: med.crimea.ua/news/paper/ukoly-krasoty-vred-ili-polza.488.html (Accessed: 6 January 2014) (in Russian).
13. Ozhegov S. I. *Dictionary of the Russian language*. Pod red. N. Yu. Shvedovoy. Moscow, Russkiy yazyk Publ., 1984. 797 p. (in Russian).
14. Dal' V. I. *Explanatory dictionary of the living great Russian language*: in 4 volumes. Moscow, Russkiy yazyk Publ., 1981–1982. Reprinted from: Moscow, 1880–1882. Vol. I–IV (in Russian).
15. The dictionary of synonyms of the Russian language. Pod red. A. P. Yevgen'evoy. Moscow, Astrel', AST Publ., 2001, vol. 2. О–Я. 856 p. (in Russian).

16. Trishin V. N. Dictionary of synonyms ASIS: 2010. *Academician: Dictionaries and encyclopedias on Academician*. URL: http://dic.academic.ru/contents.nsf/dis_synonims/ (in Russian).
17. URL: www.kalina.org/brands/srk/srk_rek.php (Accessed: 6 January 2014) (in Russian).
18. *Ugliness is useful*. URL: www.wday.ru/krasota-zdorovie/novosti/nekraasiuaya-vneshnost-polezna/ (Accessed: 29 January 2014) (in Russian).
19. *This is interesting: ugly, but useful posture*. URL: karierayspex.ru/eto-interesno-nekrasivaya-no-poleznaya-pozal/ (Accessed: 29 January 2014) (in Russian).

F. M. Dostoevsky Omsk State University.

Ul. Andrianova, 28, Omsk, Russia, 644077.

E-mail: dis555gts@mail.ru