

## ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СТАНДАРТОВ КРАСОТЫ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Тема красоты является одной из самых актуальных в СМИ до сих пор, так как она является неотъемлемой частью нашей жизни и имеет огромное влияние на общество. В современном мире понятие красоты постоянно меняется и эволюционирует, а влияние СМИ играет огромную роль в формировании представлений о красоте.

Красота представляет собой важную эстетическую категорию, позволяющую оценивать гармонию, выразительность, совершенство предметов и явлений. Красота может выступать как субъективным свойством оценки, так и объективным проявлением совершенства вне человеческого восприятия.

Целью данного исследования было выявление структурно-семантических особенностей языковых средств выражения красоты.

Материалом исследования явились языковые средства выражения красоты, собранные методом сплошной выборки в англоязычных и русскоязычных версиях модных журналов «ELLE» и «Vogue».

Следует отметить, что лексико-семантическое поле «Красота» расширяется путем пополнения новыми лексическими единицами и приращения/изменения значения уже существующих, которые не только обогащают словарный запас, но и отражают модные тенденции и изменения в отношении здоровья и красоты в обществе.

Так, например, можно отметить необычное сочетание и проявление новых значений у слов «обнаженный», «маринованный», «балетный»:

*bare skin [beə skin]* – *обнаженная кожа* – имеется в виду кожа, не покрытая никаким косметическим средством;

*marinated make-up* – *маринованный макияж* — это смесь разных эстетических приемов, в которых сочетаются смелые черные дымчатые глаза, «зацелованные» губы светящаяся кожа, которая выглядит почти жирной, тяжёлый тёмный небрежный макияж глаз;

*ballet pink manicure* – *балетно-розовый маникюр* – для точной передачи цвета использовалось слово «балетный», которое ассоциируется со специальной обувью балерин – пуантами, которые чаще всего бывают нежно-розового цвета.

Что касается в целом использования колоронимов в средствах массовой информации для обозначения стандартов красоты, следует отметить, что в настоящее время для передачи точного цвета активно используются такие ассоциации, как *пудра, балет, черника, молоко, кирпич, дым, воронье крыло* и т.п.

В целом в рамках исследования было рассмотрено, каким образом тема красоты отражается в СМИ, какие идеалы красоты формируются и как они трансформируются.