Персуазивное воздействие западной концепции на вербальную составляющую корейской бьюти-индустрии

Елена С. Ляпина

Государственный университет просвещения,

Москва, Россия, esl31@mail.ru

Аннотация. В статье представлены результаты исследования средств манипуляции в корейских СМИ в сфере бьюти-индустрии, а именно формирование новых стандартов красоты. В условиях глобализации и активного влияния зарубежных медиа корейские СМИ играют ключевую роль в создании и распространении образов, соответствующих современным требованиям красоты. Выделяются наиболее значимые маркеры данных трансформаций, выявляются вербальные элементы давления внешних европейских стандартов на создаваемый образ. Эти элементы отражаются в языке и визуальных образах, используемых в медиа, что подчеркивает влияние западной культуры на корейское общество. Изучено влияние зарубежных СМИ на корейское общество средствами новостных сообщений в социальных сетях и использование неологизмов, возникающих путем заимствования; выявлены изменения в употреблении лексики; проанализированы тенденции в медиадискурсе в сфере бьюти-индустрии. Также изучено, как социальные сети становятся платформой для распространения новых стандартов и идеалов, а также для формирования общественного мнения. Результаты показывают, как различные корейские СМИ, взаимодействуя, манипулируют сферой бьюти-процедур, формируя общественное мнение и отражая реальные социальные проблемы в Южной Корее. Исследование открывает новые горизонты для понимания взаимосвязи между медиа, культурой и обществом, а также подчеркивает важность критического подхода к потреблению медийного контента в контексте формирования идентичности и стандартов красоты.

Ключевые слова: медиадискурс, корейские СМИ, стандарты красоты, манипуляция, социальные отношения

Для цитирования: Ляпина Е.С. Персуазивное воздействие западной концепции на вербальную составляющую корейской бьюти-индустрии // Вестник РГГУ. Серия «Литературоведение. Языкознание. Культурология». 2025. № 3. С. 158–164. DOI: 10.28995/2686-7249-2025-3-158-164

The persuasive influence of the Western concept on the verbal component of the Korean beauty industry

Elena S. Liapina

State University of Education, Moscow, Russia, esl31@mail.ru

Abstract. The article presents the results of a study on the means of manipulation in Korean media within the beauty industry, specifically focusing on the formation of new beauty standards. In

the context of globalization and the active influence of foreign media, Korean media play a crucial role in creating and propagating images that meet contemporary beauty requirements. The study identifies the most significant markers of such transformations and reveals the verbal elements that exert pressure from external European standards on the created image. Those elements manifest in the language and visual imagery used in the media, highlighting the impact of Western culture on Korean society. The research studies the influence of foreign media on Korean society through news messages in social networks and the use of neologisms arising from borrowing. It identifies changes in vocabulary usage and analyzes trends in media discourse within the beauty industry. Additionally, the study explores how social networks serve as platforms for spreading new standards and ideals, as well as for shaping public opinion.

The results demonstrate how various Korean media outlets, through their interactions, manipulate the realm of beauty procedures, shaping public opinion and reflecting real social issues in South Korea. This research opens new horizons for understanding the interconnections between media, culture, and society, while also emphasizing the importance of a critical approach to media content consumption in the context of identity formation and beauty standards.

Keywords: media discourse, Korean media, beauty standards, manipulation, social relations

For citation: Liapina, E.S. (2025), "The persuasive influence of the Western concept on the verbal component of the Korean beauty industry", *RSUH/RGGU Bulletin. "Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies" Series*, no. 3, pp. 158–164, DOI: 10.28995/2686-7249-2025-3-158-164

Бьюти-индустрия давно и прочно вошла в жизнь социума, где охватывает широкий спектр услуг. В ее рамках решаются как сугубо медицинские задачи, так и проблемы, связанные с созданием искусственных образов, зависящих от определенных стереотипов внешней привлекательности. В рамках индустрии возникают стереотипы, которые формируются и поддерживаются средствами массовой информации, что делает их важным объектом для нашей работы. Данное исследование показывает, в каких рамках и с использованием каких вербальных и поликодовых аргументов освещаются различного рода манипуляции в медиадискурсе на примере бьюти-сферы. Целью данной работы является изучение речевой стратегии побуждения как способа воздействия, характерного для медиатекстов (газет в электронном формате), а также анализ влияния на читателя с помощью языковых средств. Объектом исследования стали новости о стандартах красоты, распространяемые в корейских СМИ, обсуждение проведенных бьюти-процедур, а также выявление того, как текст трансформируется из информационного в манипуляционный.

Источником материала являются такие газетные источники, как: 한국일보 (Hanguk Ilbo), 조세일보 (Joseng Ilbo), 네이버 (Neibeo), n판(n pan), 신문과방송 (Sinmun Gwabang), Daily Mail, LiveJournal с 2016 по 2023 г.

Рассматривая авторский корпус статей корейских СМИ и альтернативных источников, сформированный методом случайной выборки, мы стремились выделить параметры нового типа навязываемой корейцам идеальной внешности.

Результаты, полученные в ходе анализа статей, указывают как на лингвистические, так и на социальные особенности подачи материала, а именно на уже происшедшие изменения отношений между социальными стратами, формирую-

щими собственными стандартами красоты, зависящие, в частности, от финансовых возможностей.

Известно, что средства СМИ в большинстве стран мира так или иначе связаны с правящей элитой, задающей правила манипулирования. Таким образом, в СМИ нередко задача информирования меняется на задачу манипулирования.

До сих пор не найден точный ответ на вопрос, что такое красота. Человеческие усилия и стремление определить сущность красоты, равно как и тягу к прекрасному, невозможно прояснить ввиду отсутствия единой точки зрения¹.

Если обратиться к записям на древних фресках об основах красоты, тот факт, что в прошлом, в отличие от настоящего, круглолицая и пухленькая женщина считалась красивейшей, был верен и для Кореи.

Стоит обратить внимание и на иную проблему: существует мнение, что красота – это результат культуры мужского доминирования, т. е. мужчины создали стандарты красоты и намеренно вынуждают женщин соответствовать этим стандартам [Нагорнова 2005, с. 17–19].

Нэнси Эткофф, автор книги «Выживание самых красивых», утверждает, что существуют абсолютные стандарты красоты [Etcoff 2000, pp. 113–119]. С ее точки зрения, люди на генетическом уровне понимают, что тяга к красивым женщинам и привлекательным мужчинам отражает животную природу человека, которая способствует выживанию человека как биологического вида.

Если рассмотреть стремление к красоте с позиций социологии и социологии лингвистики, можно изучить языковой материал, связанный с таким современным направлением бьюти-индустрии как пластическая хирургия, чрезвычайно популярном в Республике Корея, которое для многих является панацеей. В «стране утренней свежести» операции по изменению внешности превратились в целую культуру и индустрию, выходящие за рамки медицинских услуг. Поэтому данная сфера должна обладать собственной терминологией или языком для специальных целей (LSP). Необходимо рассмотреть дефиницию термина *пластическая хирургия*. Согласно определению корейско-русского учебного словаря, это «операция по хирургическому исправлению и восстановлению деформаций или непривлекательных частей человеческого тела вследствие травм или врожденных пороков развития»².

В Республике Корея за последние десятилетия сформировался своеобразный «стандарт красоты», например в корейской культуре одним из главных комплиментов считается наличие «*흰 얼굴*» (Huin Eolgul) – белое лицо (перевод наш. – Е. Л.) или «*하얀 피부*» (Ha'yan Pibu) – белая кожа (перевод наш. – Е. Л.), если человек имеет белый цвет кожи³. Довольно часто такое высказывание можно услышать от корейца об иностранце, поскольку белая кожа ассоциируется с чистой кровью и

¹ 김선주 (2016), 미·가장 예쁜 유전자만 살아남는다-넌시 에트코프 지음 [여행신문] [Ким Сон Чжу (2016). Выживают только самые красивые гены (Туристическая газета)]. URL: <https://www.traveltimes.co.kr/news/> (дата обращения 7 февраля 2024).

² 한국어기초사전 [Корейско-русский учебный словарь]. URL: <https://krdict.korean.go.kr/rus/dicMarinerSearch/> (дата обращения 17 февраля 2024).

³ Garner R. Why do South Koreans want white skin? // Artefact. 2 Nov. 2017. URL: <https://www.artefactmagazine.com/2017/11/02/why-do-south-koreans-want-white-skin/> (дата обращения 16 февраля 2025).

принадлежности к знатному роду⁴. Так, в СМИ для достижения более «белозубого» облика компьютерные фоторедакторы применяют “whitewashing”, что можно перевести как «выбеливание лица» [Garner 2017, p. 1].

Известен инцидент, зафиксированный в корейских СМИ в 2019 г. на интернет-странице под названием n판. На данном ресурсе были опубликованы многочисленные фотографии корейских звезд, выступающих в жанре К-поп, подвергшихся процедуре выбеливания лица с использованием компьютерных программ по корректровке цвета⁵. Говоря об этом, корейский новостной источник 네이비 포스트 (Neibeo poseuteu) опубликовал новости с цитатой: 한국 전통 미의 기준을 깨부순 K팝 아이돌, что означает «К-поп айдол, нарушающий стандарты традиционной корейской красоты» (перевод наш. – Е. Л.), использующее экспрессивное слово «нарушающий», которое имеет отрицательную коннотацию.

Еще одно веяние моды, которое пришло из Америки, – широкие или круглые глаза. Теперь не редкость, когда корейцам внутри страны при приеме на работу могут отказать из-за узкого разреза глаз. Чтобы обойти эту ситуацию, люди делают блефаропластику, операцию по изменению азиатского века на двойное европейское⁶.

Ситуации, привлекающие внимание общественности, связаны также с необходимостью нанесения макияжа. Согласно культурным нормам, корейским девушкам нельзя выходить из дома без макияжа.

Один из ярких случаев произошел в ноябре 2018 г. в кофейне Yogergres-so, где работодатель уволил девушку в первый рабочий день из-за отсутствия макияжа⁷. Позже компания публично извинилась в одной из социальных сетей, озглавив пост: «Извинения за сексуальную дискриминацию и несправедливое увольнение продавцов йогурт-эспрессо», назвав это «сексуальной дискриминацией», выражением, которое само по себе выражает предубеждение, антипатию и негатив.

Исторически в Корее существовало единственное слово “화장품” (Hwajan-gpum), используемое для обозначения косметических средств. Однако сейчас вследствие процессов европеизации в корейском языке появилось заимствованное слово “메이크업” (Me’ikeu’op), образованное с использованием конглиш – корейского варианта языка. Анализируя корейские СМИ, можно отметить разные способы организации текста в зависимости от целевой аудитории⁸. Статьи, ориентированные на западную аудиторию, чаще используют в заголовках слово 메이크업, а в новостях для жителей Республики Корея используется слово 화장품.

⁴ 조희 (2019), 동남아에서 지금 케이팝 피부색으로 난리남 (방탄, 엑소 등) (N 판) [Chu B.E. Цвет кожи К-поп в Юго-Восточной Азии сейчас (Bulletproof, EXO и т. д.) // N Пан. URL: <https://m.pann.nate.com/talk/> (дата обращения 17 февраля 2024).

⁵ Ibid.

⁶ Kurek L. Eyes wide cut: the American origins of Korea's plastic surgery craze // The Wilson Quarterly. 2015. URL: <https://www.wilsonquarterly.com/quarterly/transitions/eyes-wide-cut-the-american-origins-of-koreas-plastic-surgery-craze> (дата обращения 16 февраля 2025).

⁷ Jeong S. Escape the corset: How South Koreans are pushing back against beauty standards // CNN style. 11 Jan. 2019. URL: <https://edition.cnn.com/style/article/south-korea-escape-the-corset-intl/index.html> (дата обращения 16 февраля 2025).

⁸ 한류타임스 (2021), 내가 곧 트렌드 또 다른 미적 기준 세운 ‘K 팝’ 아이돌은? [«Халлю Таймс» (2021), кумир «Кей-поп», который, по-моему, установил еще один эстетический стандарт для грядущего тренда?]. URL: <https://m.post.naver.com/> (дата обращения 13 февраля 2024).

Многие названия косметических продуктов представляют собой адаптированные заимствования из английского языка: 립스틱 (Lipseutik, помада), 아이섀도우 (A'isyaeodo, тени), 마스크라 (Maseukara, тушь), 파우더 (Paudeo, пудра). Это явление можно интерпретировать двояко: с одной стороны, это процесс формирования интернационализмов, а с другой – факт проникновения номинаций вместе с денотатами, что можно рассматривать как языковое манипулирование средствами заимствований.

Эпизод, получивший существенный отклик в корейском обществе, случился 13 мая 2014 г., когда произошла трагедия на пароме “세월” (Sewol). Во время выступления по этому поводу Пак Кынхе, президента страны, СМИ на ее лице заметили синяки, которые, как выяснилось, появились после косметической процедуры разглаживания лица с использованием инъекций⁹.

Журналисты издания 한국일보 뷰엔 (Hanguk Ilbo Byuen) обнаружили на фотографиях, сделанных президентскими фотографами, явные доказательства хирургического вмешательства во внешность. После огласки это факта корейское общество было потрясено. Однако стратегия осуждающего оценивания переросла в стратегию маскирующего информирования, т. е. если лидер страны допускает проведение пластических операций, это должно стать нормой.

Недавняя новость, которая обсуждалась в Daily Mail (британское СМИ) 21 ноября 2023 г., вызвавшая противоречивые чувства у общественности, связана с визитом первой леди Южной Кореи, Ким Кон Хи, в Великобританию. Тот день госпожа Ким провела с королем Англии Чарльзом и королевой Камиллой, а также принцем и принцессой Уэльскими. У представителей королевской семьи она «вызвала восхищение своей бросающей вызов возрасту внешностью и элегантным стилем»¹⁰.

С учетом вышеизложенного возможно подобрать определение, соответствующее данной ситуации и употребляемое в корейском языке. Термин “쌩얼” (ssaengeol) используется для описания лица, которому не требуется макияж, человек выглядит привлекательно и без него. В тексте присутствуют средства, по которым можно распознать манипулятивное информирование, по данным газеты 문화일보, корейские бренды косметики выражают огромное беспокойство по поводу снижения продаж косметических средств: 코로나19 엔데믹으로 회복이 기대됐던 화장품 판매가 여전히 나라에서 헤어가지 못하고 있다; «Продажи косметических средств, восстановление которых ожидалось из-за пандемии COVID-19, по-прежнему находятся в пропасти» (перевод наш. – Е. Л.)¹¹.

⁹ 신문과방송 (2019), 한국일보 ‘뷰엔(View)’ : 이런 것도 기사가 되나? 안 되는 건 없다! [Газеты и радиовещание (2019), Hankook Ilbo «Взгляд»: Это тоже статья? Для вас нет ничего невозможного], URL: <https://m.blog.naver.com/> (дата обращения 17 февраля 2024).

¹⁰ Tanatarova E. South Korea's VERY controversial First Lady: Businesswoman and academic Kim Keon Hee, 51, has been accused of tax dodging, plagiarism and stock market manipulation, Daily Mail. 2023. URL: <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-12775583/South-Koreas-controversial-Lady-Businesswoman-academic-Kim-Keon-hee-51-accused-tax-dodging-plagiarism-stock-market-manipulation.html> (дата обращения 17 февраля 2024).

¹¹ 신문과방송 (2019) 이런 것도 기사가 되나? 안 되는 건 없다! [Газеты и радиовещание. «Взгляд»: это тоже статья? Делать нечего!], URL: <https://m.blog.naver.com/> (дата обращения 17 февраля 2024).

В связи с изменениями во внешности начали появляться и новые выражения. Одним из таких является “공주병” (gongjubyeying), что можно перевести как «синдром принцессы» или «болезнь принцессы» (перевод наш. – Е. Л.), что описывает девушку, которая воспринимает себя и ведет себя как нечто драгоценное и претендует на такое же отношение к себе.

Степень успешности перечисленных выше преобразований дискурсивных стратегий различается и может быть распознана аналитиком, опирающимся на принудительное изменение номинативных стратегий при трансформации или сокрытии манипуляций из явной в скрытую.

Результаты настоящего исследования указывают на то, что формирование стандартов красоты и уровень привлекательности, исходящий из данного понятия, привел к появлению новых терминов, связанных с процессом вестернизации. Это подчеркивает, как глобальные тренды влияют на локальные представления о красоте и внешности¹².

В ходе изучения языкового материала было установлено отрицательное отношение к лицам, не соответствующим установленным новым стандартам красоты, что, в свою очередь, приводит к формированию определенных выражений, описывающих данное явление. Однако в отношении высокопоставленных лиц государства наблюдается противоположная тенденция: их часто критикуют или относятся к ним скептически в случае, если становится очевидным использование ими инвазивных косметических процедур. Такие двойные стандарты к различным социальным группам подчеркивают сложность и противоречивость стандартов красоты в корейском обществе.

Европейские стандарты внешности, предпочтение светлой кожи, активно продвигаемые корейскими СМИ в интересах бизнеса пластической хирургии, и позиционирование их в качестве источника привлекательности оказывают все более существенное влияние на женщин, чем стремление сохранить историческую корейскую культуру. СМИ, как корейские, так и зарубежные, преподносят параметры идеального внешнего облика, затронутые в исследовании, ассоциируя их с генетическим или приобретенным превосходством или же социально-экономическим статусом.

Манипуляция осуществляется как вербальными средствами (в статьях, рекламе, социальных сетях), так и поликодовыми – использованием неудачных фотографий или же, напротив, обработанных компьютерными фоторедакторами, а новости теряют свою главную сущность – информирование, приобретая сугубо манипулятивную роль. Это подчеркивает необходимость критического подхода к потреблению медийного контента, особенно в контексте формирования идентичности и стандартов красоты.

Данное исследование не только выявляет механизмы манипуляции в бьюти-индустрии, но и подчеркивает важность осознания влияния медиа на общественные представления о красоте. В условиях постоянного давления со стороны медиа и социальных сетей важно развивать критическое мышление у потребителей, чтобы они могли осознанно воспринимать информацию и формировать собственные представления о красоте, основанные на разнообразии и индивидуальности, а не на навязанных стандартах.

¹² 한류타임스 (2023) 4세대 K팝 아이돌, 출발부터 세계 무대 [Халлю таймс (2021) К-поп-айдол в 4-м поколении на мировой сцене с момента ухода], URL: <https://m.post.naver.com/> (дата обращения 13 февраля 2024).

Литература

- Нагорнова 2005 – *Нагорнова Е.Е.* «Красота» в античной философии // Аналитика культурологии. 2005. Вып. 4. С. 17–19. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/krasota-v-antichnoy-filosofii> (дата обращения 16 февраля 2025).
- Etcoff 2000 – *Etcoff N.* Survival of the prettiest. The science of beauty. N.Y.: Knopf Doubleday Publishing Group, 2000. 336 p.

References

- Etcoff, N. (2000), *Survival of the prettiest. The science of beauty*, Knopf Doubleday Publishing Group, New York, USA.
- Nagornova, E.E. (2005), “‘Beauty’ in ancient philosophy”, *Analitika kul'turologii*, iss. 4, pp. 17–19, available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/krasota-v-antichnoy-filosofii> (Accessed 16 Feb. 2025).

Информация об авторе

Елена С. Ляпина, аспирант, Государственный университет просвещения, Москва, Россия; 105005, Россия, Москва, ул. Радио, д. 10А, стр. 2; esl31@mail.ru

Information about the author

Elena S. Liapina, postgraduate student, State University of Education, Moscow, Russia; bldg 2, bld. 10-A, Radio St., Moscow, Russia, 1055005; esl31@mail.ru