

*И. Ю. Иеронова, О. А. Трофимова*

**ТЕКСТОВЫЙ КОНЦЕПТ «ОБЩЕСТВО ПОТРЕБЛЕНИЯ»  
В РОМАНЕ ФРЕДЕРИКА БЕГБЕДЕРА «99 ФРАНКОВ»**

*Анализируется структура макроконцепта «общество потребления» и его основные признаки в романе «99 франков» современного французского писателя Фредерика Бегбедера. Сделан вывод об идеологической роли рекламы, представляющей собой социокультурную метафору этого общества, основными чертами которого выступают распад личности и бездуховность.*

*The article provides the analysis of the macroconcept structure of the "society of consumption" in the novel "99 Francs" by a contemporary French*



*writer Frederic Beigbeder. The paper reveals the ideological role of advertising as a socio-cultural metaphor of the society in question, whose main characteristic features are anomie and callousness.*

**Ключевые слова:** текстовый концепт, концептуальный анализ, художественный текст, концептуальная структура текста.

**Key words:** textual concept, conceptual analysis, literary text, conceptual structure of the text.

Многие современные исследования в области когнитивной лингвистики посвящены концептуальному анализу художественного текста. Анализ любого художественного произведения вносит вклад в развитие национальной концептосферы, поскольку литературный текст конкретного автора позволяет дать определенную характеристику концептосферы народа [12]. В статье проводится концептуальный анализ текста романа Ф. Бегбедера «99 франков», а именно анализируется ключевой концепт произведения, именуемый «общество потребления».

Концептуальный анализ художественного текста предполагает выявление способов объективации понятийных категорий, т.е. концептов. В данном случае речь идет о так называемых «текстовых концептах» — фрагментах картины мира, репрезентированной в рамках некоторого текста как замкнутой системы [11]. Основным репрезентантом текстового концепта служит лексема, которая обладает статусом ключевого слова текста (словосочетания), или «слова-темы». Н.С. Болотнова полагает, что выделение такого рода концепта возможно на основе текстовых ассоциативно-смысловых полей, организованных концептуально и стимулированных лексическими структурами разных типов.

Текстовый концепт принципиально не может быть равен своему инварианту — концепту этническому, и текстовое слово (словосочетание), выступающее в роли имени концепта, способно актуализировать лишь часть своего лексического значения, отсекая при этом коммуникативно ненужную часть [10, с. 157]. Слово-концепт в художественном произведении, даже будучи константой культуры, всегда получает в неповторимом поэтическом мире автора уникальное воплощение, служащее обогащению картины мира читателя и концептосферы культуры в целом [7, с. 36].

Любой художественный текст содержит в себе несколько актуальных концептов, как правило, связанных друг с другом, поэтому необходимо упомянуть о концептуальной структуре текста, под которой подразумевается система взаимосвязанных концептов, актуализированных в нем. Данная структура и позволяет выявить в тексте концепт-доминанту, при этом остальные концепты рассматриваются как значимый «фон» [2, с. 10–12].

В произведении Фредерика Бегбедера «99 франков» концептом-доминантой, выраженным словосочетанием-темой, служит «общество потребления». Это понятие — одна из характеристик современного общества, которое во все большей степени оказывается организованным на основе принципа потребления [9]. Общество потребления делает чело-



века зависимым, несамостоятельным, в нем снижается его ответственность. Моральные ценности общества потребления отрицают необходимость всестороннего умственного, нравственного и духовного развития, а это ведет к оболваниванию, деградации людей как личностей, упадку массовой культуры, а также упрощает манипулирование сознанием [5]. Роман «99 франков» повествует о потребителях, товарах потребления, рекламе и рекламодателях, в целом о современном укладе жизни, о людях, которые ценят только финансовое благополучие и ради него готовы на все. Автор не стесняется в выражениях и сравнениях, довольно цинично описывая людей, даже название произведения представляет собой определенный «ценник» — «99 франков» (именно столько и стоила данная книга во Франции после выхода в тираж). Ядерная лексема концепта «общество потребления» — «потребитель» — встречается довольно часто, также в тексте выявлены метафоры и сравнения соответствующей семантики. Ниже будет приведена структура концепта «общество потребления» и случаи его языковой репрезентации.

Структура концепта «общество потребления» представляет собой ядро, приядерную зону и периферию. Ядерная лексема — «потребитель» — присутствует в названии ядерного признака концепта, который именуется как «потребитель = раб». В тексте наблюдаются пять случаев его актуализации. Признак вербализован в первую очередь существительным *esclave* (раб): *minables esclaves* [13], а также метафорами и сравнениями, ассоциирующими людей со стадом либо с подопытными животными: *vous n'êtes que du bétail à gaver; des chiens de Pavlov; les annonceurs veulent vous transformer en moutons; un large public de veaux bêlants* [13].

В приядерной зоне концепта располагаются следующие признаки:

1) «обезличенность», вербализованный в четырех случаях словосочетаниями с обозначением различных негативных черт общества потребления: *Tout le reste en découle; Nos existences clonées...; Notre hébétude somnambule...; L'isolement des êtres...; La laideur universelle anesthésiée* [13].

2) «рекламозависимость», вербализованный лексемами соответствующей семантики: *la Société Spectaculaire; Nos destins brisés sont joliment mis en page; les humains... avaient le but: gagner suffisamment d'argent pour pouvoir ressembler à une publicité* [13].

3) «бездуховность (утрата ценностей)», реализованный в тексте романа с помощью следующей фразы: *l'humanité a choisi de remplacer Dieu par des produits de grande consommation* [13].

Периферия концепта «общество потребления» представлена одним индивидуально-авторским признаком «отчаяние» (то, к чему в конечном итоге приходят потребители, когда осознают никчемность своего существования). Данный признак репрезентирован в следующем предложении: *Les gens se tuent parce qu'ils ne reçoivent plus que des publicités par la poste* [13].

В концептосфере романа «99 франков» присутствуют другие важные и актуальные концепты, которые являются составными частями концепта «общество потребления», являясь при этом отдельными концептами. Они рассматриваются в настоящем анализе как значимый



фон. Концепты «вседозволенность» (обратная, отрицательная сторона свободы: анархия, аморализм, эгоизм, индивидуализм и т.д.), «рабство» и «одиночество» выступают одновременно и как черты общества потребления, и как следствие потребительского образа жизни. Бегбедер показывает, что вседозволенность приводит к хаосу или к одиночеству и не может способствовать самореализации личности.

Концепт «реклама» тесно связан с концептом «рабство» в данном произведении, так как реклама может вовлечь людей в бесконечную зависимость от материальных благ (то есть превращает людей в рабов своих желаний): *Pour réduire l'humanité en esclavage, la publicité a choisi le profil bas, la souplesse, la persuasion* [13]. По мнению Фредерика Бегбедера, «реклама — это власть», и языковые средства произведения четко отражают данную концепцию: *la publicité fut couronnée Impératrice* [13]. Реклама сравнивается с мощной индустрией: *Ce n'est plus une joyeuse aventure mais une industrie invincible* [13], а также со «спрутом»: *la réclame comme une pieuvre s'est mise à tout régenter* [8].

Следует отметить, что «реклама» становится неким социокультурным символом, метафорой «общества потребления». В приведенных выше примерах актуализируются такие семы, как «власть», «воцарение», «управление», «всепроникновение». Через стилистический прием метафорического сравнения рекламы со спрутом и анимацию активизируются все отрицательные коннотации (в том числе — и наносемы), связанные ассоциативно с этим животным в широком культурном контексте (например, культовый сериал «Спрут»). Согласно теории Ж. А. Вардзелашвили (и мы разделяем эту точку зрения), любой концепт представляет собой своего рода систему образов и ассоциаций, носителями которых являются мельчайшие структурные наночастицы. В центре данной системы лежит прототипический элемент, за ним следует семантическое пространство, названное Ж. А. Вардзелашвили концептуальным полем, а замыкает все на своего рода внешней периферии интерпретационное поле. Составляющие данную систему наносмыслы, переплетаясь и связываясь на уровне интерпретационных полей в процессе коммуникации с наносмыслами других концептов-систем, образуют семантические узлы (названные Ж. А. Вардзелашвили интерпретационными), придающие любому тексту дополнительный смысловой оттенок. Причем потенциал смыслового варьирования, возникающий благодаря неограниченным возможностям такого связывания, практически бесконечен [3, с. 26–29; 4].

В «Эросе и цивилизации» Г. Маркузе еще в 1950-х гг. сформулировал свои претензии к западному демократическому обществу, основанному, казалось бы, на самом эффективном способе хозяйствования. Западная демократия устраняет из жизни людей прямое насилие над волей личности. Нет более того авторитаризма, который характеризовал монархические, аристократические, теократические и патриархальные системы прошлого. Свобода, Разум и Закон становятся неотъемлемыми атрибутами этого нового общества [6]. Демократическое устройство с его рыночным фундаментом, рыночными механизмами, погоней за прибылью, глобализацией создает скрытые и косвенные



формы насилия над человеком. Его не заставляют делать то, чего он не хочет. Он делает, что хочет. А хочет он того, что требуется мировой экономике и транснациональным корпорациям. Человек уже не властен над своим «Я». Он отчужден не только от продуктов своего труда, как утверждал Маркс, но и от собственного сознания. Ф. Бегбедер еще более заостряет этот мотив в своем романе: в этом обществе при видимом освобождении человека от прямого принуждения он остается поработанным вечной погоней за потреблением, несвободно уже само его сознание, зомбированное рекламой, стремлением во что бы ни стало соответствовать навязываемым стандартам.

Таким образом, человек эпохи компьютеров, видеоэлектроники, потребительского изобилия живет в трансе, находясь под своеобразным гипнозом. Он не является уже прежним человеком, который мог рассчитывать на свободу воли, поиск и нахождение истины в реальном мире: рождается сомнамбулический мутант, который фактически управляется из каких-то находящихся вне его центров власти и влияния. Одним из таких образов манипулирования общественным сознанием и сознанием отдельного индивида становится *реклама*, которая символизирует тоталитаризм, доведенный до абсурда. Причем эта управляемость настолько скрыта, что доказать ее практически невозможно. Нет ни тирании, ни бедности. Налицо рациональнейшее за всю историю устройство жизни, самая что ни на есть правильная и справедливая демократия, идеальная связь и средства информации, которые организуют реальность самым наиразумнейшим образом, а в итоге — перед нами «ошеломленный человек», о котором писал Ж. Бодрийар [1]. Цивилизация разума пришла, по его мнению, к той стадии, когда человек превращается в хаос. Следствием этого хаоса выступает дезорганизованность личности (доведенная Бегбедером в романе «99 франков» до ее полного распада: «Et moi sur le mur de ma cellule VIP, je suis tout seul, j'ai la télé et des bouquins, ça peut aller, meme si ça pue la pisse et si je crache mes poumons...») [13]. Распад личности и ошеломленность ума — эти рычаги управления массовым обществом становятся ключевыми в романе.

Концепт «общество потребления» является перспективным для изучения не только в рамках данного произведения или автора. Практически вся современная французская литература (да и мировая тоже) посвящена обществу, человеку в современном обществе, тому, как его стремятся поработить, зомбировать, ограничить его свободу. Роман Фредерика Бегбедера вносит свой вклад в национальную художественную картину мира Франции и в мировую литературу, а также в изучение и понимание процессов, происходящих в современном постиндустриальном обществе, где доминирует философия постмодернизма. Принципиальная установка философии постмодернизма — *постметафизическое мышление*, означающее отказ от универсальных философских систем, от *логоцентризма*, т.е. стремления приписать всему логос (порядок и смысл). Видение реальности, характерное для постмодернизма, обозначается как *постмодернистская чувствительность*, т.е. ощущение мира как хаоса.



### Список литературы

1. Бодрийяр Ж. Система вещей. М., 2001.
2. Болотнова Н.С. Когнитивное направление в лингвистическом исследовании художественного текста // Поэтическая картина мира: слово и концепт в лирике Серебряного века : материалы VII Всероссийского научно-практического семинара. Томск, 2004.
3. Вардзелаишвили Ж.А. Наносмыслы в компонентном анализе слова // Славистика в Грузии. ТГУ, 2003. №4. С. 26–29.
4. Вардзелаишвили Ж.А. Наносмыслы лексических структур // Русское слово в мировой культуре. СПб., 2003.
5. Ильин В.И. Общество потребления в России: Миф или реальность? URL: [www.artpragmatica.ru](http://www.artpragmatica.ru) (дата обращения: 30.09.2011).
6. Маркузе Г. Эрос и цивилизация. Одномерный человек: Исследование идеологии развитого индустриального общества. М., 2002.
7. Орлова О.В. Когнитивно-стилистический анализ текстовых концептов в контексте современных лингвоконцептологических исследований // Вестник Томского государственного университета. Томск, 2009. №326.
8. Островский И.Б. Интервью с Ф. Бегбедером. URL: <http://fbegbeder.ru/page.php?pageid=750> (дата обращения: 30.09.2011).
9. Словарь терминов. Социология. URL: <http://www.chem.msu.su/rus/teaching/sociology/dic.html> (дата обращения: 30.09.2011).
10. Сулименко Н.Е. Текст и аспекты его лексического анализа. М., 2009.
11. Фролова Л.В. Художественный концепт «воздух» в романе М.М. Пришвина «Кашеева цепь» // Кафедра русского языка и методика его преподавания. Липецк. URL: [ftp://194.226.213.129/text/frolova\\_35\\_76\\_1\\_356\\_359.pdf](ftp://194.226.213.129/text/frolova_35_76_1_356_359.pdf) (дата обращения: 30.09.2011).
12. Чурилина Л.Н. Актуальные проблемы современной лингвистики. М., 2006.
13. Beigbeder F. 99 francs. URL: <http://www.frenchbook.net/index.php?name=Pages&op=page&pid=791> (дата обращения: 30.09.2011).

### Об авторах

Ирина Юрьевна Иеронова – д-р пед. наук, проф., Балтийский федеральный университет им. И. Канта.

E-mail: [iieronova@kantiana.ru](mailto:iieronova@kantiana.ru)

Ольга Александровна Трофимова – асп., Балтийский федеральный университет им. И. Канта.

E-mail: [poulet@list.ru](mailto:poulet@list.ru)

### About authors

Irina Ieronova – PhD, professor, I. Kant Baltic Federal University.

E-mail: [iieronova@kantiana.ru](mailto:iieronova@kantiana.ru)

Olga Trofimova – PhD student, I. Kant Baltic Federal University.

E-mail: [poulet@list.ru](mailto:poulet@list.ru)