

УДК 81'42+ 316.723

**КОММУНИКАТИВНАЯ СЕМАНТИКО-СТИЛИСТИЧЕСКАЯ
МОДАЛЬНОСТЬ МИФОЛОГИЗИРОВАННОГО
СУБКУЛЬТУРНОГО ДИСКУРСА**

(на примере субкультуры любительского пивоварения)

В.Ю. Лебедев¹, А.М. Прилуцкий²

¹Тверской государственной университет, Тверь

²Российский государственный педагогический университет им. А.И.Герцена, Санкт-Петербург

Статья посвящена анализу особенностей стилистической модальности субкультурных дискурсов, выполненному в рамках функционально-коммуникативного подхода. Авторы исследуют специфические модусы субкультурной коммуникации, которая испытывает влияние со стороны как социо-культурных факторов, так и интердискурсивности субкультурных текстов. Примеры берутся из субкультуры пивоваров-любителей.

Ключевые слова: коммуникативные отношения, стилистическая модальность, субдискурс, субкультура, социолект.

Изучение языкового функционирования субкультур, особенно тех из них, которые активно продуцируют мифологические субдискурсы, с позиций функционально-коммуникативного подхода позволяет рассматривать субкультурные сообщества как особое коммуникативное пространство, в рамках которого коммуниканты обмениваются текстами, обладающими высокой модальной нагрузкой, выражающей как отношение говорящего к предмету своего сообщения, так и личностную оценку участников коммуникации. В связи с этим исследование модальностей субкультурного дискурса становится интересной задачей, решение которой предполагает взаимодействие лингвистического, культурологического и социологического подходов, т.е. необходим именно «интегративный подход к анализу языка как достояния человека» [3: 34]. Стилистическая модальность в контексте заявленного подхода может быть определена как «репрезентированные точки зрения, связанные с типом личности, с типом мышления, привлечённой внеязыковой действительностью» [9]. Стилистическая модальность текстов субкультурного дискурса способствует формированию специфического модуса субкультурной коммуникации, которая с одной стороны испытывает влияние личностных и социокультурных факторов, а с другой – задаётся интердискурсивностью субкультурных текстов. Вообще интердискурсивность должна быть признана характерной чертой субкультуры, которая заимствует и ресемантизирует элементы языка из пространства «первичной культуры». Одни субкультурные тексты порождают другие, создаваемые на их основе; коммуникация часто протекает в формате взаимного комментирования текстов участников коммуникативной группы, в итоге осуществляется взаимодействие соприродных (исходный текст и вторичный текст) текстов [5: 47].

Любительское пивоварение в России является сравнительно молодым увлечением – будучи частью современного культурного ландшафта мегаполиса, сообщество пивоваров-любителей тяготеет к субкультурной

замкнутости, формированию своего социолекта, выработке семиотического кода, маркирующего принадлежность к этому сообществу, принципов внутренней иерархии и особых коммуникативных отношений.

Типологическая характеристика данной социальной группы представляется на данный момент спорной, но, на наш взгляд, она имеет ряд общих черт с пассеистическими группами и движениями, испытывающими потребность (её природа требует отдельного разговора и разнится от случая к случаю) воспроизводить элементы полностью или фактически ушедших культур и культурных практик, а потребление пива сюда, несомненно, относится (любители дорогих вин старых марок, например, шабли, ценят не только понравившийся вкус, но и семантическое облако культурных коннотаций, связанных с этой маркой [4]). Не случайно в довоенных ресторанах старый обслуживающий персонал с особым пиететом относился к посетителям, способным, например, хорошо разбираться в марках вин, да и блюд вообще, безошибочно делая оптимальный выбор [1: 52] (пример эмпатии, порождённой совпадением культурных стилей, можно говорить и о совпадении регистров стилистической модальности). Сюда же можно отнести столь благородные случаи, как коллекционирование антиквариата, особенно, когда коллекция и сама обстановка и быт квартиры становятся тождественными, а коллекционирование – образом жизни в самом прямом смысле слова, а не описанным неофрейдистами накоплением дорогих вещей или реализацией разновидности компульсивного шопинга (интересно, что здесь ещё с 1920-х гг. Ленинград-Петербург удерживает первенство). С другой стороны, можно отметить и коннотацию «экзотика»: в настоящее время пивоварение устойчиво ассоциируется прежде всего с Шотландией или иными регионами, хорошими и достоверными знаниями о которых располагает небольшое количество узких специалистов и всерьёз занявшихся изучением любителей, но что-то слышал едва ли не каждый второй. Тусовка пивоваров-любителей представляет собой, прежде всего, развитую коммуникативную группу открыто-закрытого типа, которая характеризуется

- устойчивостью;
- наличием предписанных стилей коммуникации;
- претензиями на элитаризм;
- вовлечённостью участников как в реальные, так и виртуальные коммуникативные отношения;
- налаженными каналами оповещения и информирования о предстоящих событиях и мероприятиях;
- наличием определённой стилистической экстравагантности (проявляется не только и не столько в манере общения, сколько в изобретении названий для сортов пива, оформлении этикеток).

В значительной степени дискурсы общения пивоваров-любителей ориентированы на нормативную речь: в этой среде не принято использование табуированной лексики, всеобщее отторжение вызывает вообще речь неграмотная, просторечие, родство с уличным коллоквиализмом. И это тоже задаётся стилистической модальностью. Просторечие разрушает заданную принятыми паттернами общения стилистику традиционного и традиционалистического общества, но его избыток разрушает лингвистические

границы социальной микрогруппы. Соответственно традиционалистический дискурс ориентирован на сложную эстетику речи, совмещающую элементы языковой архаики, грамматической безупречности и некоторых социолектных неологизмов. Последнее, усиливая стилистический синкретизм, позволяет говорить не только о влиянии эстетики постмодерна на стилистическую модальность субдискурсных текстов, но и об игровом элементе – под влиянием постмодернистского синкретизма стилистическая модальность усваивает некоторые установки игровой прагматики.

В большинстве случаев социальный статус коммуникантов может быть определён как средней класс; это люди, обычно имеющие высшее образование, отличающиеся достаточно высоким культурным уровнем, что тоже неизбежно оказывает влияние на стилистическую модальность их речи – фактор социокультурного статуса коммуникантов получает дискурсную фиксацию при помощи достаточно строго заданных условиями коммуникации стилистических регистров.

Среди пивоваров-любителей Санкт-Петербурга много культурных традиционалистов, что не является случайным. Символическая ориентация на традицию заложена не только в графике письменного дискурса (этикетки, рекламные буклеты), но и в обозначении года основания пивоварни, многие из которых гордятся несколькими веками непрерывной истории. Отметим, что в виноделии подобное встречается редко – обычно указывается год изготовления вина и продолжительность выдержки, но не год основания производства. Последнее придаёт пивоварению больший традиционализм, нежели виноделию и производству крепкого алкоголя.

Разумеется, это не относится к потребителям массовых сортов пивоварен-гигантов, массовая продукция которых в данной субкультуре обычно воспринимается и оценивается негативно-саркастически, что распространяется и на любителей такого пивного ширпотреба (у уже упомянутого Ю. Елагина [1] как объект иронии выступает посетитель, не различающий классическое старое шампанское и Абрау-Дюрсо).

Социолект пивоваров-любителей в настоящее время находится в стадии формирования, тем не менее уже сейчас можно с уверенностью выделить следующие лексические и синтагматические маркеры принадлежности к субкультурному сообществу (включение в коммуникативные отношения):

- «шмурдяк» – пиво плохого качества, невкусное и неприятно пахнущее;
- «шмурдовар» – пивовар, изготавливающий шмурдяк;
- «шмурдячить» – изготавливать шмурдяк;
- «питкое пиво» – легко пьющееся;
- «быстро пролиться» – о пивоварах, которые на презентациях или ярмарках пользуются успехом, пиво которых быстро расходуется;
- «послевкусие догоняет» – о сортах пива, которые нужно распробовать, послевкусие которых возникает не сразу;
- «крафтовое пиво» – пиво, сваренное в небольшом количестве. (непромышленный характер производства), с претензией на эксклюзив-

ность. Вообще значение данного понятия угадывается скорее интуитивно [6];

«живовар» и «живопивовар» – ироническое обозначение изготовителей т.н. «живых» сортов пива, последнее считается дешевым рекламным ходом; «на кранах» – о разливном пиве, продающемся преимущественно в барах и иных точках.

Существует и своя мифология, субдискурсы которой объединяют семиотические элементы игры и реликтовые компоненты производственной магии, ресемантизированные в условиях информационной и технократической культуры. В основе данного явления лежит мифологема «одушевленное пиво», согласно которой пиво обладает способностями слышать то, что о нём говорится, и наказывать пивовара за неподобающее отношение превращением в отвратительно пахнущую (вар. – невкусную) жидкость (аналог находим у целого ряда домохозяек, боящихся небрежным отношением испортить тесто; интересно, что в обоих случаях при приготовлении используются живые микроорганизмы – дрожжи). Поэтому о пиве, находящемся в процессе приготовления, нельзя отзываться оскорбительно, особенно же его нельзя называть шмурдяком. Более того, традиция запрещает определять его как «шмурдяк» в производственно-технологических записях, например – записать в производственном журнале «шмурдяк № ... от...». Например – «Пиво это божественное произведение. Только добрый человек может сварить пиво. Только добрые мысли и желание порадовать людей помогают пивовару в его работе. Пиво – живой организм, и если его обидеть, то вместо пива вы всегда будете пить только трупную воду. Не обижайте пиво» [10].

В плане религиозной принадлежности в данной субкультуре выделяются две доминанты – христианская и агностико-атеистическая. По понятным причинам среди пивоваров-любителей практически нет мусульман. Также нам ничего не известно об иудеях, хотя евреи в этом сообществе представлены, но в качестве адептов иудаизма они себя не позиционируют. Полагаем, что это объясняется не нормами религиозной этики и аскетики, но малочисленностью иудейских общин, а также, возможно, не очень широким распространением пива как варианта алкогольного напитка, во всяком случае, в среде ашкеназов.

Среди христиан представлены православные, католики, в том числе католики-традиционалисты, несколько лютеран-традиционалистов, принадлежащих к шведской традиции. Пиетистов, харизматиков, неопротестантов, ориентированных на баптистский этический паттерн в этом сообществе нет и не может быть по причине того, что из всех алкогольных напитков почему-то именно пиво стало предметом паранойяльной демонизации среди неопротестантов. Например, опровергая постулированный ими же принцип *Sola Scriptura*, неопротестанты полагают, что «если у христианина всё ещё присутствует желание пить пиво, то возникает сомнение: а действительно ли он был рождён свыше? А живет ли в нем Дух Святой?» [7]. Более того, под запретом оказалось даже пиво безалкогольное: «Оправдание “безалкогольного пива” говорит лишь о том, что желание плоти бывает столь неудержимым, что человек придумывает себе разные уловки, чтобы “и овцы

были целы и волки сыты". Но в результате таких уступок мы просто теряем силу Духа Святого» [8]. Споры, не без свифтовской стилистики, «официальных баптистов» и «крючковцев» также нередко включали «артикул», касающийся дозволения пить пиво хотя бы иногда и при наличии извиняющих обстоятельств. Не основанный на непосредственном библейском запрете и церковной традиции апостольской церкви, запрет на употребление пива следует рассматривать в контексте сугубо неопротестантского нововведения, призванного, среди прочего, обеспечить решение интегративной задачи создания замкнутой коммуникативной группы сектантского типа, сплочённой большим количеством табу, находящейся в оппозиции традиционной христианской культуре и только в таковом качестве могущей существовать.

Кроме сказанного, у данного явления есть и выраженное стилистическое измерение. За неприятием культуры утончённого ценительства алкоголя, которая, кстати, осуждает пьянство и алкоголизм, скрывается конфликт стилистических регистров. Традиционалистический характер субкультур подобных ценителей и любителей формирует особую стилистическую модальность, предполагающую достаточно высокий стилистический регистр коммуникации, высокий, обычно воспитанный в семье, культурный уровень восприятия языковой, эстетической и социальной реальности, недоступный и прямо враждебно воспринимаемый представителями культурных низов. По этой самой причине, после революции уличные толпы оскорбляли и избивали прохожих только за то, что на последних были интеллигентские костюмы и котелки. Российский неопротестантизм не создал своей культуры, зато впитал многие культурные паттерны агрессивно-мещанской, антиаристократической и антиинтеллектуальной контркультуры. Согласно наблюдению протестантского теолога В. Солодовникова, «в евангельско-баптистском братстве поклонение Богу уже много лет вытесняется культом т.н. "простого человека". Для этого культа есть, конечно, и питательная социальная среда: поместные церкви ЕХБ на 90 процентов состоят из рабочих и крестьян, 80 процентов женщин и 70–80 процентов пенсионеров. То есть баптистский социальный срез в России явно рабоче-крестьянский (этакий нерушимый блок, мечта Ильича!) и, простите, старческий.... "Простота" в виде необразованности и элементарной невоспитанности уже многие годы является негласным "критерием" для выдвижения на то или иное служение как в поместной церкви, так и в братстве, в целом» [2]. В порядке полевого исследования авторы наблюдали, например, как почитаемый в общине проповедник преклонных лет громил практику ношения галстука и восхвалял ношение сапогов, поскольку некий полумифический «брат» много десятилетий назад проповедовал в какой-то области, ходя по ней в сапогах. Но это касается неприятия стилистической модальности чутких ценителей крафтового пива.

Потребители дешёвых массовых сортов, не разбирающиеся в процессе пивоварения и неспособные отличить качественный крафт от ширпотребного шмурдяка, третируются по иным основаниям – как «невозрождённые», «грешники с огрубевшими сердцами и душами». Здесь имеет место чисто религиозно-аскетическое неприятие, при в общем-то совпадении стилистических регистров коммуникации (за исключением отношения к

табуированной лексике и жанру просторечного анекдота, что считается неопротестантами признаками «невозрождённых»). Возможно, сыграла роль культурная практика продавать пиво в специальных «точках», где обычно происходило и его распитие. Такие скопления потребляющих пиво воспринимались миссионерски настроенными индивидами как воочию явленные толпы грешников, объединенных общим грехом, вырабатывалась своеобразная эстетика с отрицательным знаком. В 1990 г. представитель баптистской общины, активно занимавшийся уличным проповедничеством, красочно описывал поездку «с благовестием» в Тушино, где он с энтузиазмом бросился как раз в такую толпу. При этом пивная пена вызывала у него особенное отвращение, становясь символом греха и «невозрождённой» жизни.

Не касаясь более подробно анализа причин упомянутой паранойяльной демонизации пива неопротестантами, можно предположить, что в основании этого явления лежит именно выраженный традиционализм, присущий пивоварению, и, кроме того, развитая в Европе практика монашеского пивоварения (масса монастырских пивоварен – например «Abbey beer», «Trappist», «Effe», «Grimbergen», «Franziskaner» и многие другие), равно как восходящее в женевскому протестантизму желание тотального контроля личной жизни верующего, инструментом достижения которого является введение теологически весьма спорных запретов и насаждение всеобщего доносительства. Весёлый, склонный к полноте добродушный монах с кружкой пива (последняя вовсе не являлась метафорическим указанием на легкомысленное отношение к монашеским обетам) хорошо известен по средневековым текстам и гравюрам. Кстати, необычайно популярный в XIX веке жанр живописи, изображавший закрытую повседневную жизнь духовенства, постоянно воспроизводил сюжеты, связанные со смакованием спиртных напитков, чаще всего – умеренным и благородным (эти картины разошлись в виде многочисленных копий на почтовых открытках и осели в коллекциях филокартистов). Наконец, по нашим наблюдениям, кружка с изображением монахов – отличный подарок консервативному христианину, любящему пиво. Интересно, что подобный образ находится в отношении символического противопоставления другому образу – строгому фанатичному пуританину-аскету (конфессиональная принадлежность роли не играет) – последний чужд таким суетным и мелким пристрастиям, как употребление пива или получение удовольствия от хорошо приготовленной пищи, что было высмеяно когда-то еще С. Батлером. Не случайно и Р. Бёрнс, часто провокационно осмеивавший пуританский быт и нравы в своих стихах, сочинил целую балладу-метафору о приготовлении пива и радостном потреблении его. Не исключено, что метафорика этой баллады, «Джон-Ячменное Зерно», в какой-то мере травестирует метафорику кальвинистских книг, вроде «Пути паломника» Дж. Буньяна.

Традиционалист любитель пива, интересующийся историей пивоварения в контексте европейской культуры, не только раздражает лидеров этого направления, мыслящих в рамках мифологических бинарных оппозиций Леви-Стросса (духовное/мирское, возрождённый/невозрождённый, смиренный/несмиренный и проч.), но и выглядит стилистически чуждым в контексте неопротестантской эстетики.

Среди питерских пивоваров-любителей принято с уважением относиться к основам христианской культуры, эпатажная стилистика антихристианских контркультур (сатанизм, некромантия и под.) практически не встречается.

Новый протестантский бренд, образуемый путем слияния харизматического и пиетистского паттернов, затронувший часть современного российского лютеранства, приводит к формированию в его недрах особой поведенческой стилистики, являющейся маргинальной по отношению к традиционной лютеранской культуре (известно, что сам М.Лютер весьма позитивно отзывался о пиве. Вообще его полные жизнерадостности заявления не находят поддержки в этом течении). Поэтому среди отечественных лютеран интерес к пивоварению возможен только в общинах, не затронутых этим поветрием.

Необходимо сказать о наличии ряда омонимичных и паронимичных явлений, связанных с самостоятельным изготовлением алкоголя разной крепости, с использованием, что весьма характерно, фирменных марок в качестве названий, например, «кларет».

По собранным отзывам качество напитков такого рода бывает разным (диапазон отзывов от «классно» до «отрава»), видимо, технологии изготовления продумываются и воспроизводятся не очень тщательно. Отмечены ритуалы снятия первой пробы, но других развитых ритуальных практик нами не отмечено. Субкультурные признаки в этих случаях не просто плохо выражены, стёрты – они вообще заменяются признаками других субкультур, так как, по нашим наблюдениям, такой праксис характерен для ряда представителей субкультур ролевиков и реконструкторов. Эльфы, пьющие пиво – одновременно и семиотический пароним, и синкретичное смешение знаков относительно их привычной синтаксической последовательности. Порой изготовление напитка предполагает воссоздание аутентичного духа эпохи. Таким образом, перед нами синкретичный праксис, причём особенно интересно, что если субкультура пивоваров в чистом виде представлена культурной столицей, Петербургом, то синкретичные феномены нам пришлось наблюдать в провинции, что, безусловно, не случайно.

Список литературы

1. Елагин Ю. Укрощение искусств. М.: Русский путь, 2002. 384 с.
2. Есть ли духовное пристанище у русской интеллигенции? Только не в баптизме! [Электронный ресурс] // Виссон: христианский центр / URL: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.** (дата обращения: 04.01.16).
3. Залевская А.А. Языковое сознание: вопросы теории // Вопросы психолингвистики. 2003. № 1. С. 30–34.
4. Запольская Н.Н. Рефлексия над именами собственными в пространстве и времени культуры // Имя: семантическая аура: сб. науч.тр. – М: Языки славянских культур, 2007. С. 151–165.
5. Золотова Н.О., Захарова Н.В. Метаязыковая и метакогнитивная деятельность человека: уровни осознаваемости и формы протекания // Вестник ТвГУ. Серия «Филология». 2015. № 2. С. 44–48.

6. Катунин Ю. Крафтовая ирония [Электронный ресурс] // Пивной культ: все о пиве и пивной культуре / URL: <http://www.beercult.ru/profiles/blogs/craft> (дата обращения: 04.01.16).
7. О пиве, замечании и отлучении: ответы пастора [Электронный ресурс] // Сайт Российского союза евангельских христиан-баптистов URL: **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.** (дата обращения: 04.01.16).
8. Погорелова Л. Можно ли пить пиво христианину? [Электронный ресурс] / Голос Истины. 2007. № 10 (97) / URL: <http://www.istina.info/article.php?i=110&a=675> (дата обращения: 04.01.16).
9. Ревзина О.Г. Прологомены к теории стилистики // Русистика на пороге XXI века: проблемы и перспективы: Материалы международной научной конференции (Москва, 8–10 июня 2002 г.) М.: ИРЯ РАН. С. 206–209.
10. FAQ по пиву [Электронный ресурс] // Пиво (beer) общедоступная группа / URL: <https://www.facebook.com/groups/456988797792313/> (дата обращения: 04.01.16).

COMMUNICATIVE SEMANTIC-STYLISTIC MODALITY OF THE MYTHOLOGICAL SUBCULTURAL DISCOURSE

(showcasing the subculture of amateur brewing)

V.Y. Lebedev¹, A.M. Prilutskii²

¹Tver State University, Tver

²Herzen State Pedagogical University of Russia, St.Petersburg

This article explores the specific features of stylistic modality of subcultural discourse in the framework of functional-communicative approach. The authors examine a specific modus of subcultural communication which on the one hand comes under the influence of personal and socio-cultural factors, and on the other – is set by the interdiscursive nature of subcultural texts. Subculture of amateur brewers provides the examples for the research

Keywords: *relations, stylistic modality, subdiscourse, subculture, sociolect.*

Об авторах:

ЛЕБЕДЕВ Владимир Юрьевич – д. филос. н., профессор кафедры социологии Тверского государственного университета, e-mail: semion.religare@yandex.ru

ПРИЛУЦКИЙ Александр Михайлович – д. филос. н., профессор кафедры социологии и религиоведения Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, e-mail: alpril@mail.ru