

УДК 811'276

**СЦЕНТАЛЬНАЯ И АУДИАЛЬНАЯ
 СЕМИОТИКА
 ОХОТНИЧЬЕЙ КОММУНИКАЦИИ
 А.В. Олянич (Волгоград, Россия)**

А.В. Олянич. Сцентальная и аудиальная семиотика охотничьей коммуникации. В статье рассматриваются проблемы семиозиса охоты как участка действительности, связанного с разными типами информации, выступающей катализатором человеческих потребностей в выживании, рекреации и коммуникации. В фокусе анализа – сцентальные и аудиальные знаки охоты, репрезентированные в охотничьем дискурсе как вербально, так и сугубо семиотически. Запах и звук в пространстве охотничьей коммуникации исследуются также как феномены институциональности и профессионального / бытового общения.

Ключевые слова: аудиальность, дискурс, знак, информация, коммуникация, охота, потребность, семиотика, семиозис, сцентальность.

А.В. Олянич. Сцентальна і аудіальна семіотика мисливської комунікації. У статті розглядаються проблеми семіозису полювання як ділянки дійсності, пов'язаної з різними типами інформації, що виступає катализатором людських потреб у виживанні, рекреації та комунікації. У фокусі аналізу – сцентальні й аудіальні знаки полювання, репрезентовані в мисливському дискурсі як вербально, так і суто семіотично. Запах і звук у просторі мисливської комунікації досліджуються також як феномени інституційності та професійного / побутового спілкування.

Ключові слова: аудіальний, дискурс, знак, інформація, комунікація, полювання, потреба, семіотика, семиозис, сцентальність.

A. Olyanich. Semiotics of scent and sound in hunt communication. This article discusses the semiosis of hunting as an area of activities associated with different types of information, as a catalyst in human needs for survival, recreation and communication. The analysis focuses on sound and scent signs of hunt represent in hunting discourse both verbally and semiotically. Smell and sound in the space of hunt communication are investigated as institutional phenomena of professional / consumer communication.

Keywords: communication, discourse, hunting, information, need, semiotics, semiosis, sign smell, sound.

В теории взаимодействия фундаментальных форм информации американской исследовательницы Марсии Дж. Бейтс (Лос-Анджелес, США), теории, вдохновленной работами известного семиолога Сузанты Гунатилаки [Goonatilake 1991], информация является *особой моделью (паттерном) организации вещества и энергии* («*Information is the pattern of organization of matter and energy*» [Bates, 2006]. Таким образом, подчеркивается, что вся информация оказывается естественной, вложенной в живые существа самой природой, которая впоследствии, с зарождением и развитием жизни приобретает особые формы¹. Эти формы специальным образом связаны между

собой, причудливо и вместе с тем логично переплетаются, демонстрируя определенную взаимозависимость.

Так, естественная информация, выступающая изначально в виде врожденной, констатирующей присутствие на земле живых существ, детализируется и становится кодированной, затем получает физическую манифестацию как в виде состояния (*embodied*), так и в виде действия (*enacted*), чтобы затем, пройдя этапы накопления опыта (*experienced*) и его когнитивного освоения (*knowledge*), перейти в статус генотипической (*genetic*), оказавшись «записанной» в менталитете и прочих состояниях живых существ, при этом имея шанс быть в дальнейшем отслеженной (*traced*). При многообразных взаимодействиях живых существ с материальным миром фундаментальные формы информации, передающие экзистенциальность собственно живого организма (*endosomatic information*), вызывают к жизни так называемую экзосоматическую информацию (*exosomatic*), позволяющую живому существу как производить подстройку собственного бытия к условиям своего обитания, так и использовать ее в целях выживания и реализации соответствующих потребностей.

Концепция взаимодействия фундаментальных форм информации мне представляется вполне релевантной для лингвосемиотического описания некоторых базовых (естественных) феноменов или качеств живых существ, предопределяющих их потребности и способы выживания. Такая естественная информация, как эндосоматического, так и экзосоматического свойства, в семиозисе живой природы в значительной степени зависит от экспликации ольфакторного или scentального компонента, т.е. от запаха, представляющего собой особые компоненты веществ-феромонов,ⁱⁱ оставляемых живыми существами для семиотического информирования о своем присутствии в материальном мире. Если погрузиться в мир потребностей витального порядка, то явственней всего представляется успешность анализа такого семиотического феномена, как запах в охотничьей коммуникации.

Отмечу также, что коммуникация охотников носит поливекторный характер. С одной стороны, охотники слышат запах зверя, звери слышат запахи охотников и жертв их собственной охоты; с другой – охотники идентифицируют объекты охоты, определяя их местонахождение по оставляемым последними знакам своего присутствия в природной среде. С третьей же стороны, во время охоты протекает общение с партнерами по охотничьей деятельности, которыми являются другие охотники, а также «друзья человека» – собаки (легавые, борзые, гончие) и хищные птицы (ястребы, соколы, орлы-тетеревятники), натасканные для специализированных видов охоты.

Таким образом, помимо scentального, в охотничьей коммуникации релевантен также и звукосемиотический компонент, который видится мне как комплекс когнитивно освоенных охотником аудиальных знаков, продуцируемых объектами преследования. По этим знакам охотник

идентифицирует дичь, распознавая издаваемые ею звуки и локализуя ее местонахождение.

Итак, запах и звук – неотъемлемые части общения объектов и субъектов охоты. Предлагаемая статья концентрирует внимание читателя на их анализе, предполагающем, что эти две субстанции имеют семиотическую природу, бытуют в ней и рефлектируются языком и дискурсом. Этот анализ начну с сценального компонента охотничьей интеракции.

I. Охота и запах

Между охотником и природным локусом веками складывался своеобразный знаковый диалог, итогом которого явилась мощная когнитивная система взаимоотношений человека и природы в целом. Недаром в любом языке мира закрепились метафоры об охотниках и птицеловах как о полумистических фигурах, «читающих» следы зверей, «понимающих» язык животных и птиц; мифология обожествила такое слияние с природой, презентировав образ богини охоты Дианы (Артемиды) как всемогущей властительницы леса, знающей и понимающей «язык» его обитателей. Природа «говорит» с охотником знаками разного свойства и предназначения, а сам охотник, декодируя эти знаки, выстраивает свое коммуникативное поведение (в том числе и поведение с себе подобными) в соответствии с полученной семиотической информацией.

Знаки природы вовлекаются в алгоритм охоты и становятся частью охотничьей коммуникации, своеобразным охотничьим языком и дискурсом. Запах – один из важнейших элементов такого «охотничьего диалога», выступающий, главным образом, в *презентационной функции*, исполняемой обоюдосторонне – феномен *воздействия* как субъектов, так и объектов охоты. В цепочке реализации этой функции запах несет в себе как когнитивную информацию (идентификация живого существа в локусе природы), так и информацию репрезентативную, как правило, имеющую два качества – *дистракционное* (отталкивающее) и *аттракционное* (привлекающее). Таким образом, запах в семиотическом и лингвoseмиотическом смысле (если мы говорим о «языке» природы) может быть представлен как особый тип презентем – *сценальный*ⁱⁱⁱ.

Сценальное воздействие – это *воздействие параязыковое*, неконтактное, направленное на изменение сознания без применения языковых средств. Это воздействие на органы чувств, на рецепторы объекта воздействия, последствием которого является изменение поведения воздействуемого. Запах является особой формой самопрезентации: показательным примером сценального воздействия на сознание и подсознание может послужить история Жана Батиста Гренуя, гениального парфюмера, жившего во Франции в XVIII веке, легенда о котором талантливо изложена швейцарским писателем Патриком Зюскиндом в романе «Парфюмер» – легенда, имеющая под собой реальные основания.

Сторонящийся людей, малограмотный и необразованный, не умеющий связать и двух слов, этот человек был королем запаха, составлявшим духи, которые потрясли воображение современников. Молва приписывала ему убийство молодых девственниц, кровь и тело которых он использовал для создания духов, способных повлиять на массовое сознание. В романе живо изложена сцена несостоявшейся казни разоблаченного Гренуя, который накануне нанес на себя запах созданных им духов, и этот запах заставил публику поверить в его невиновность, и более того – превратить официальное действие казни в сексуальную вакханалию.

Сцентальные презентемы, как правило, выступают в качестве индикатора состояний и предупреждения о свойствах и поведении среды. Запах газа в квартире – знак беды и сигнал о протечке (следует принять меры); запах горелого, исходящий из кухни – сигнал о спасении подгорающего продукта; гнилостный запах из холодильника – указание на портящийся продукт. Однако когда речь идет о воздейственной функции сцентальной презентемы, то, прежде всего, следует вспомнить воздейственную (импактную) функцию парфюма. В этой связи обычно говорят о значениях ароматов, которые приписывались последним создателями разнообразных пособий об этикете и куртуазном поведении (см. подробнее в: [Ароматы и запахи в культуре 2003]). Рассуждают даже о целом языке запахов [Odeurs et parfums, 1996] и связи естественных языков мира с языком запахов (например, французского языка и французского аффективного отношения к запаху, который указывает на оценку качеств личности: дурно пахнущий человек считается говорящим ложь и нечестным, а если от мужчины совсем не пахнет, значит, он утратил мужскую силу – Odeurs du monde, ecriture de la nuit, 1998).

Запах этнокультурен: он может представлять целый народ, этнос, страну, город или континент [Geographie des Odeurs, 1998]. Так, жителей Одессы за их любовь к чесноку (вспомним Михаила Жванецкого: «Мы можем гордиться уже тем, что кладем чеснок даже в компот») и постоянный чесночный запах, исходящий от одежды и изо рта, в ряде украинских городов именуют «чесночниками»; Марсель пропах копченой селедкой, а Гонконг знаменит стойким соевым ароматом.

Сцентальность как презентационное свойство дает возможность невербального разрешения коммуникативных конфликтов: в одном из африканских племен существует прямое указание вождя своему послу обмазываться жидкостью, приготовленной на основе вытяжки железы желтой ящерицы, которая очень притягательно пахнет и, согласно поверью, заставляет противную сторону согласиться на все выдвигаемые условия [Личность. Культура. Этнос 2001]. Так или иначе, к человеку, от которого хорошо пахнет, социальное отношение всегда бывает позитивным, и, наоборот, дурно пахнущий не может быть коммуникативно успешным.

Запах стал метафорой социальных отношений: широко распространены такие оценки, как «это дело дурно пахнет», «здесь самый воздух пахнет

кровью». В политической коммуникации с запахом (как правило, дурным) ассоциируются качество политики и деяния политиканов [Шаховский, 2000]. Таким образом, в сцентологии как науке о запахах последние подразделяются на семиотически позитивные и негативные. Вслед за этой типологией будем различать *сцентальные позитивные презентемы* и *сцентальные негативные презентемы*.

а) *Сцентальные позитивные презентемы* – классические аттракторы, заставляющие воздействуемого обратить внимание на воздействующего, привлекающие его к персоне воздействующего и к его действиям (состояниям), а стало быть, помогающие импактору достичь своих целей. В положительном ключе говорят о «запахе Родины», «запахе матери», «запахе детства» (Ср.: «И дым отечества нам сладок и приятен»). У запаха также есть густальная составляющая («Вкусно пахнет»), привлекающая и заставляющая воздействуемого поступать и действовать сообразно тому, что этот запах ему подсознательно предписывает.

б) *Сцентальные негативные презентемы* выполняют роль дистракторов, могут использоваться в качестве средства защиты от посягательств на контакт или даже на жизнь, вызывают агрессивные состояния в воздействуемом. Чтобы отпугнуть врага, австралийские аборигены натираются жидкостью из железы скунса, чей резкий неприятный запах может вызывать потерю сознания [Ароматы и запахи в культуре 2003].

Применительно к охотничьей коммуникации сцентальные презентемы исполняют следующие функции.

1. Функция идентификации объекта охоты.

Животный мир пахнет, причем разные виды пахнут по-особому. Настоящий охотник прекрасно разбирается в запахах оленя и лося. Ему хорошо известен запах глухаря, который получает такие дескрипции в русском охотничьем дискурсе, как «очень сильный», «интенсивный», «приванивает брусничкой и елкой» [Янушкевич www]. Среди номинаций интенсивности запаха дичи в русскоязычной охоте имеется термин «*по горячему*» – гон собак по следу зверя, который только что здесь прошел, т.е. запах животного особенно четко определяется ищейкой. В дискурсе британских охотников на лис зафиксирован терминологический ЛСВ₁₁ лексемы *drag (n) = (Fox hunting) The scent or trail of a fox*^{iv}.

Запах как объект идентификации связан со способностями субъектов охоты его идентифицировать, отсюда в охотничьей коммуникации используются лексемы «чутье» («*природное чутье*», «*звериное чутье*, «*охотничье чутье*, «*собачье чутье*»), «*почуять*», «*учуять*», «*[тонкий] нюх*», «*унюхать*». Разная степень точности определения объекта преследования, которому этот запах принадлежит, характеризует опытность как самого охотника, так и его помощника – собаки, так и матерость преследуемого зверя, мастерски уходящего от погони вследствие годами вырабатываемого умения идентифицировать запах опасности (запах чужого). Умение идентификации

объекта охоты по запаху в русскоязычной охотничьей коммуникации номинировано словосочетаниями «*взять след*», «*идти по следу*», и, наоборот, ошибка в идентификации отражается, например, в номинации «*скол*» – потеря гончими собаками следа, да и собственно в вербалии «*потерять след*».

У англичан в охотничьем дискурсе аналог выражений «*взять след, идти по следу*» сентально-семантически более эксплицирован, поскольку денотат *wind* более ассоциируем с запахом как субстанцией воздуха (ветра) – *to wind (v.) a. To detect the smell of; catch a scent of. b. To pursue by following a scent of an animal; to get wind of an animal*, чем русский «*след*», скорее ассоциируемый с материальной субстанцией. Впрочем, и в русской охотничьей лингвокультуре присутствуют выражения типа «*держат нос по ветру*», «*охотиться с подветренной стороны*» (чтобы зверь не почуял присутствия охотника), также номинирующие сентальную ситуацию преследования и идентификации дичи.

Экзосоматическая информация, закодированная в запахах живой природы, детализирована в структурах сентальных презентем, при этом для охотящихся она имеет эмоционально аттрактивный характер (и это вербализуется в русскоязычных охотничьих предложениях типа «*зверя дух влечет, манит, зовет к себе*»), для объектов охоты – эмоционально дистрактивный. Следующие наблюдения охотника за поведением зайцев не менее эмоционально фиксируют дистрактивность запаха человека и его деятельности, разрушающей жизнь живой природы (эмотивы подчеркнуты):

«Не любят зайцы запах охоты. Если найдете у кого свежие стреляные гильзы, то разложите или повесьте их на заборе, кустах и деревьях. Ужасный для зайца пороховой дух удержит его на расстоянии от вашего участка как минимум на 3 месяца. Не переносят зайцы и запаха крови. Поэтому можно пропитать паклю или тряпку кровью забитой курицы, кролика, коровы и разложить или подвесить на деревья. Можно также натереть этими тряпками ветви и нижнюю часть стволов молодых деревьев – даже самая сладкая кора с такой приправой зайцам в рот не полезет. На зверька наводит ужас собачий дух. Если у вас есть собака и вы приедете вместе с ней на участок, она наверняка пометит свою территорию – этого на какое-то время хватит. Правда, если наметет снега сантиметров на 15, то пугающий зайца запах исчезнет» [Буданцева www].

Дистрактивность как свойство запаха используется и самими объектами охоты для отпугивания потенциального врага: это делают некоторые животные семейства куньих, например, хорек, что прочно вошло в русский язык как ярлык для дурно пахнущего человека («*хорек вонючий*»).

2. Функция дезинформирования объекта охоты.

Субъекты охоты очень часто применяют во время поиска и нахождения дичи тактики маскировки, т.е. сокрытия своего запаха (*scent control tactics*) и фальшивого запаха (приманивание, *attraction*). Так, в охотничьих чатах американской части Интернета всерьез обсуждается вопрос о том, следует ли

охотникам есть мясо перед тем, как отправляться на отстрел оленя: существует мнение, что поевший мяса стрелок источает запах, отпугивающий животных^у. В семиозис охотничьей коммуникации вовлекаются такие номинации, как *scent lock* («замок для запаха» – средство-одороблокатор, якобы волшебным образом лишшающее охотника какого-либо человеческого запаха) или *scent lock suit* («противозапаховый костюм»).

Тактика маскировки «под своих» посредством ольфакторной или scentальной презентемы характерна не только для людей, но и для собак, чему был свидетелем автор этой статьи, и чему нашел схожее свидетельство в охотничьих сетевых записках:

«Как известно, у далеких предков собак был один способ охоты стаяй из засады. При этом важно либо совсем не источать запаха, либо иметь такой, что не испугает жертву. Например, пахнуть пометом животных. Вот это обстоятельство и всплыло однажды из генной памяти моего кобеля Батья, и он стал им даже злоупотреблять. Охотились мы с ним вдвоем, и он нашу пару считал стаяй, меня держал за вожака. При встрече свежих лосиных следов Батый выразительно глядел на меня. «Вот объект охоты. Надо организовывать засаду!» – так и читалось в его глазах.

Но я, не обращая внимания, шел дальше. Это обескураживало Батья, и он принимал решение разведать обстановку. Бежал по следам, находил лосей и бесстрашно их облаивал. Он, конечно, рисковал здорово. Сохатый мог запросто ударить его копытом так, что мало бы не показалось. Но все ему сходило «с рук». Через несколько минут облаивания он считал задачу выполненной и бросался в погоню за мной. Но на пути, как правило, попадала кучка помета. Батый вспоминал, что он без маскировочного запаха и тут же начинал кататься по каждой кучке навоза.

Через некоторое время его шерсть становилась темно-зеленой, а смердела так, что мухи теряли сознание. Хотя вид у Батья был очень довольный: он, видимо, считал, что приобрел большие преимущества на охоте! Я к тому времени, дожидаясь собаку, разводил костер, ставил котелок с водой для чая. Вскоре прибежал этот разведчик, который мнил себя Стелсом, неопознаваемым для «носов» диких зверей. Однако, зная, что мне такой аромат не нравится, к костру он не подходил. Держался неподалеку, вне досягаемости от моего обоняния» [Генин www].

В подобной «сознательной» scentальной маскировке известный натуралист и писатель Виталий Бианки подозревал и диких свиноматок, которые вываливались в грязи для того, чтобы отбить свой натуральный дух и избежать таким образом нападения более сильного хищника.

3. Институциональная функция запаха.

Scentальная институциональность охоты как «запах власти» скорее метафорико-ассоциативна, чем реально номинативна. Она существует в виде двух знаков опасности – «запах крови» и «запах пороха», которые прочно связываются с репрессивной функцией власти, охотящейся на объекты своего

интереса [Олянич 2006]. Запах крови как негативный дистрактор, связанный с властью, апробируется в художественном дискурсе в контексте охоты: так, Мишель Турнье в своем романе о Третьем рейхе «Лесной Царь» (2004) ярко отобразил эпизоды охоты фельдмаршала Геринга в прусских лесах, который просто сходил с ума от запаха крови убитых животных, упиваясь властью над ними. Разнообразно описываемый в гастрономическом дискурсе обычай готовить мясо «с кровью» восходит к глоттоническим или густальным привычкам германских и англосаксонских вождей, требовавших это блюдо именно из-за сладкого запаха крови, возбуждавшего приятные воспоминания от только что пережитого чувства победы во время проведенной удачной охоты на оленей или вепрей.

Ассоциативная цепочка «добыча (охота) → запах → власть» как семиотическое основание для формирования сцентального образа репрессивности власти апробируется в поэтическом дискурсе:

*Добыча – Власть, как сладок её запах.
Над нами власть, на нас идёт охота,
А мы уже не держимся на лапах,
Волчат бы убережь — одна забота.
Ещё пока расставлены флажки.
И травля продолжается успешно.
Но будет время раздавать долги,
И время всех рассудит, неизбежно!
Страна моя! Да до каких же пор
"Отцы Народов" над тобой глумиться будут?
Им вынесут когда-то приговор.
Кто прав, кто виноват - их Бог рассудит!
А что же нам? Неужто лишь гадать,
Что выкинет очередной "Правитель"?
И что, "посеяв", после будет "жать"?
И кем он будет, новый наш "Родитель"? [Королев www]*

Как справедливо отмечает А. Левинсон, российский литературный критик, журналист и по совместительству семиотик-социолог, долгое время изучавший закономерности ольфакторной семиотики, «...хоть порох нынче бездымный, но автоматическое оружие в таком изобилии вошло в нашу повседневность, что не только вид его и звуки выстрелов, но и *семиотика порохового запаха* присутствует в ней и в обслуживающих ее текстах» (Левинсон www). Пороховой запах, распространяющийся всякий раз в топосе леса, когда идет отстрел дичи, является институциональным семиотическим индикатором: человек как институт (при этом совершенно неважно, является он властной персоной, представителем института охотоведения, институциональным агентом или он простой обыватель, вышедший в лес «побаловаться

с ружьишком»), «благоухая» порохом, демонстрирует окружающему его миру, кто здесь хозяин и повелитель.

Привлекательность власти ассоциируется также с актуализованными в охотничьем дискурсе концептами «манность» и «приманка», денотирующими власть желанного запаха (например, пищи или сексуального аттрактора) над инстинктами животных: так, используя манящие запахи, «охотился» уже упомянутый выше Гренуй, герой романа Патрика Зюскинда «Парфюмер» за расположением к нему сограждан, дабы властвовать над ними^{vi}.

II. Охота и звук

Звукосемиотический компонент охоты представляет собой комплекс когнитивно освоенных охотником аудиальных знаков, продуцируемых объектами преследования. По этим знакам охотник идентифицирует дичь, распознавая издаваемые ею звуки и локализуя ее местонахождение. Звуковой семиозис охоты представлен чрезвычайно разнообразной и этнокультурно обусловленной ономастической: так, в российском охотничьем дискурсе закрепились такие опознавательные аудиальные знаки животных и птиц, как *тэканье*, *скирканье* и *точение* глухаря, *чуфыканье* и *бормотание* тетеревов, *блеяние* бекаса, *ваваканье* самца-перепела, *хорханье* вальдшнепа, которое он издает во время полета. Английский или американский охотник узнает о присутствии оленя или кабана по аудиознаку *grunt*, идентификация охотником дикой свиноматки – звук *oink-oink*, волка – *howl*, диких гусей – *honk-honk*, при этом отличия фонематической основы звукоподражания англоязычного и русского охотников предопределено тем набором звуков, которые семиотически закреплены в аудиальном этнофонде им родной культуры.

Этнокультурная специфика звукоподражания в охотничьей коммуникации проявляется в различающейся идентификации аудиознаков одних и тех же животных охотниками разных этнокультур. Если для русского охотничьего уха самцы оленей *трубят*, а самки и телята *хрюкают*, то американские охотники означивают голос этих животных (elks) в своем дискурсе совсем по-другому. Вот как известный в США натуралист и охотник Джим Зумба характеризует идентификацию этих животных в американском семиотическом пространстве охоты:

«An elk cow's call is commonly called a chirp or mew because it sounds like a bird or kitten. Indeed, people unfamiliar with elk cow sounds may mistake them for a bird in the woods. Calves make similar sounds. Some hunters believe the calf's voice is higher pitched, but I haven't observed much of a consistent difference between a cow and calf. While cows and calves are credited with making chirping sounds, mature bulls do this as well» («Зов самки оленя обычно именуют чириканьем или мяуканьем, поскольку он похож на звуки, издаваемые птицей или котенком. В самом деле, люди, незнакомые с природой зова самки оленя, могут принять его за крик лесной птицы. Телята издают похожие звуки.

Некоторые охотники полагают, что голос у теленка тонкий и высокий; мне же не удалось обнаружить явных различий между его голосом и голосом оленихи. Хотя обычно говорят о таких звуках как издаваемых только самкой и теленком, матерые олени-самцы могут звучать точно также») [Zoomba www].

Аудиальный семиотический компонент охотничьей коммуникации включает также в себя использование звука, издаваемого определенным объектом охоты, для его приманивания. В русском семиотическом пространстве для этих целей идут в ход особые инструменты – манки, имитирующие голоса птиц или крики зверей. Как правило, имитируются звуки, сексуально привлекающие животных. Манки обычно настраиваются на голоса женских особей и выманивают самцов дичи в охотничьи засады. Процесс выманивания дичи при помощи манки в русском охотничьем дискурсе вербализован глаголом *вабить* (приманивать дичь) и профессиональной номинацией-специализацией *вабельщик* (охотник, использующий манок для привады дичи) по номинации *вабик* (дудочка-манок, издающий звуки, подражающие голосу самки) [Сабанеев 2005].

Интересно, что если в дискурсе русской охоты основа номинации процесса приманивания дичи целиком звукоподражательная (моносемантический глагол *вабить* от «ва-а-а!» как имитации только фауногенного звука), англоязычный охотничий социум использует для номинации процесса приманивания дичи глагол широкозначный – to call при отсутствии каких-либо синонимических вариантов. Это, опять-таки симптом этнокультурной специфики первородных занятий человечества.

Аудиальный семиотический компонент охотничьей коммуникации обнаруживается также в процессе идентификации успешности / неуспешности хода охоты и анализа ситуации охоты. Русский псовый охотник внимательно вслушивается в то, как звучит голос гончей, помогающей ему на охоте, и по его качеству (тембральным и тоновым характеристикам) определяет ее настроение: удачен или неудачен ее гон, достигнут зверь или нет, здорова она физически, или ранена в борьбе с загнанным зверем. По тону голоса гончей опытный охотник в состоянии определить пол каждой собаки в своре: голоса гончих выжловок, т.е. сук, натасканных на преследование крупного зверя, всегда тонкие; голоса выжлецов (кобелей той же охотничьей специализации) – грубые и глухие.

Голос гончей в русском охотничьем дискурсе характеризуется разнообразными дескрипциями – *невучий, яркий, заунывный, залиvistый, фигурный* (варьирующий разные ноты), *доносчивый, ординарный, «с гнусью», напряженный – ненапряженный* и т.п. Ряд таких дескрипций представляют собой семиотические идентификаторы ситуации охоты, результата действий собаки, ее эмоционального состояния: *заунывный голос* – гончая потеряла след, не догнала добычу, *залиvistый* – добыча схвачена, собака зовет хозяина, *с гнусью* – отвлеклась на мелкую дичь, не являющуюся объектом охоты.

Кроме того, аудиальный семиотический компонент представлен в охотничьем дискурсе в виде разнообразных междометий-команд или междометий-сигналов, означающих определенное охотничье событие. Такие междометия существуют во многих охотничьих этносах: так, в британской охоте на лис междометия выступают индикаторами поведения загоняемой лисы, что ясно из самих дефиниций:

Tally-Ho Away! = A call to indicate that the fox has left covert. Alternatively "Gone Away!"

Tally-Ho Back! = A call to indicate that the fox has returned to the covert.

Tally-Ho Over! = A call to indicate that the fox has crossed a road, track, or open space in a covert. Alternatively "Over Over Over".

"AIEEEE!" = a cry emitted upon discovering a large fox drop of scat.

[Williams 2003].

В русской охотничьей коммуникации «Ара-ра-ра!» – кричат борзым, если они рвут затравленного зверя; «Ату (или ото-то-то!)» – восклицают охотники-борзятники при травле зайца. Явно междометную природу имеют такие команды охотников, как «Отрышь!» – Нельзя! – приказание гончим отойти от чего-либо, оставить что-либо; «Пиль! – Возьми!» – приказ легавой прекратить стойку, броситься к дичи или взять что-либо; «Тубо! – Нельзя! – Не тронь!» – приказание легавой собаке не трогать дичь.

Наконец, аудиальный семиотический компонент в охотничьей коммуникации является составной частью ритуальных действий самих охотников как участников события «охота».

Во-первых, в организационной фазе охоты аудиальная коммуникация (голосом, сигналы в охотничий рог, свисток, применение в качестве трубы ружейного ствола, обусловленное число выстрелов в воздух) применяется обычно до начала и после окончания загона, иначе эти звуки могут преждевременно спугнуть зверя, который уйдет от линии стрелков. Исключение составляют роговые сигналы старшего загонщика: *позыв*, т.е. сигнал на охотничьему рогу любого загонщика – знак полного подчинения руководителю или организатору охоты. Особую дисциплинированность проявляют собаки, что отражается в особой номинации качества гончих быстро являться к охотнику на звук рога – *позывистости*.

Во-вторых, на охоте в ее поисковой фазе не принято общаться вербально, только визуальными мимическими знаками. Исключение составляет только процесс вабления (приманивания) и первоначальная команда собакам («Ах-ах-ах...», «ай-ай-ай...»), «на-на-на...» как наманивание находящихся в полазе гончих на след только что пробежавшего зверя).

На коллективных охотах с гончими сигналы в рог егеря или капитана смолкают лишь на время, пока слышен лай собак, гоняющих зверя. В остальное же время протяжные звуки рога ориентируют охотников и гончих. В зависимости от погоды и рельефа местности сигналы, подаваемые голосом, слышны на 500-1000 м, звук охотничьего рога улавливается на расстоянии

до 2 км. Все значения сигналов должны быть заранее изучены каждым участником предстоящей коллективной охоты и уточнены капитаном команды или егерем непосредственно перед ее началом.

Простой охотничий рог имеет всего два тона: низкое и высокое "до". Из сочетания этих тонов и большей или меньшей продолжительности каждого из них и состоят сигналы русских охотников. Все классические сигналы начинаются с низкой ноты. Чтобы получить требуемую продолжительность звука, проще всего вести счет, отбивая такт ногой.

Ниже приведены основные роговые сигналы, применяемые на охоте с гончими и на коллективных охотах на лося и другого зверя [Маликов 2005: 38]. Сигналы записаны в таблице буквами и цифрами, где «до. н» означает густой и низкий, а «до. в» – тонкий высокий звук.

Цифры обозначают число ударов ногой, в течение которых издается звук до перехода его в другой. Значок «~» означает, что звучание низкой ноты переходит в высокую или обратно без перерыва, значок «^» означает, что нота тянется продолжительное время («пока хватит сил»), постепенно сходя на нет.

Сигналы должны быть хорошо усвоены до начала охоты всеми ее участниками. Гончие прекрасно отличают тональность рога своего хозяина от рога посторонних охотников (см. анонимную статью «Сигналы на охоте» на форуме www.hunter.ru).

Сигналы	Обозначение сигнала	Подача сигнала
"Пускать гончих" или "Загонщики пошли"	до.н(1)~до.в(2)	Отрывисто
"Волк" или "Зверь поднят"	до.н(2)~до.в(1), пауза, до.н(2)~до.в(1), пауза, до.н(4)~до.в(3)^	Отчетливо в первой части и протяжно в третьей
"Лисица"	до.н(2)~до.в(1), пауза, до.н(4)~до.в(2)^	Первая фраза звучит отчетливо, вторая протяжно
"Зверь поднят"	до.н(4)~до.в(4)^	Протяжно, счет медленный
Вызов гончих	до.н(2)~до.в(2), до.н(1), до.н(1), до.н(1), до.н(1), до.н(1), до.н(2), до.н(1), до.н(2), до.н(1), до.н(1), до.н(2)~ до.н(2)^	Отчетливо каждый звук. В первой части ровно, последние два тона медленно
"Сбор" (охота окончена)	до.н(2)~до.в(2)^	Протяжно при медленном счете

В семиозисе охотничьей коммуникации своеобразно преломляется институциональная презентационность: система знаков, вовлекаемых в лингвосемиотическое пространство институциональной охотничьей коммуникации, включает институциональные аудиальные знаки.

Звукосемиотический компонент охотничьей коммуникации посредством роговых сигналов во времена монархической власти становился институциональным в том случае, когда в (презентационных) ситуациях охоты властных персон специальные сигналы рога сообщали об участии в гоне

властной персоны (например, сюзерена или именитого хозяина лесных угодий). Сегодня эта традиция утрачена; тем не менее, институциональность звукосемиотического компонента современной охотничьей коммуникации проявляется в том, что старший загонщик проявляет власть и уводит особым роговым сигналом команду охотников из зоны охоты по экстраординарным причинам.

Институциональность в звукосемиотике королевской охоты Англии XVI столетия реализовывалась не только в аудиознаках присутствия на охоте короля и свиты, но и в командах главного егеря (*master of the game*), подаваемых венценосным охотникам для совершения ими того или иного действия, требуемого в процессе гона дичи. В нижеприведенном отрывке из описания охоты Генриха VIII Джоном Чарльзом Коксом к таким знакам отнесены сигналы рога, 1) приказывающие спустить собак с поводка, 2) обозначающие вид дичи, поднятой собаками, а также 3) указывающие направление ее гона:

«Early in the morning, upon the day appointed for the sport, the master of the game, with the officers deputed by him, was to see that the greyhounds were properly placed, and the person nominated to blow the horn, whose office was to watch what kind of game was turned out, and, by the manner of winding his horn, signify the same to the company, that they might be prepared for its reception upon its quitting the cover. Proper persons were then to be appointed, at different parts of the enclosure, to keep the populace at due distance. When the royal family and the nobility were conducted to the places appointed for their reception, the master of the game, or his lieutenant, sounded three long mootes, or blasts with the horn, for the uncoupling of the hart hounds» [Williams 2003:6].

Институциональность королевской охоты проявлялась даже в том, что ее своеобразным звукосемиотическим компонентом являлась тишина леса, за поддержанием которой строго следили йомены, дабы дичь до приезда властной персоны не была вспугнута случайными звуками:

«The yeomen of the king's bow, and the grooms of his tutored greyhounds, had in charge to secure the king's standing, and prevent any noise being made to disturb the game before the arrival of his majesty» [Williams 2003:6].

Подводя итоги, отметим следующее.

Сцентально-семиотический компонент охотничьей коммуникации представляет собой важный феномен потребностно-информационного пространства семиозиса охоты как неотъемлемой части человеческого бытия. Запах коммуникативен, поскольку при его помощи «говорят» участники охотничьего дискурса, на нем «ведут разговор» природа и человек, да и сам запах способен «вести диалог» и передавать информацию.

«Язык» охотничьего запаха презентационен, так как сцентальный «диалог» охотника и его потенциальной жертвы представляет собой комбинацию презентационных стратегий и тактик; он подчас агонален и, безусловно, решает разнообразные задачи воздействия.

Важной характеристикой запаха на охоте следует также признать его институциональность, которая проистекает как раз из воздейственной природы намерений Homo venationis – человека охотящегося, использующего коммуникативные возможности семиотического феномена сценальности в потребностных целях.

Роль же звукосемиотики в охотничьей коммуникации велика настолько, что подчас (на определенных этапах процесса преследования зверя) она полностью заменяет сугубо вербальную коммуникацию на охоте. На этапе поиска трофея в режиме относительно полной тишины природного топоса она уступает только визуальной коммуникации, когда необходимы только зрительные способы связи (поднятая шапка, вытянутая рука и т.п.), применяемые на открытой местности, лесных дорогах, просеках в светлое время суток.

С наступлением темноты зрительная связь осуществляется с помощью карманного фонарика и выстреливаемых в воздух различного цвета охотничьих патронов-ракет. Начертательные способы включают знаки и надписи, оставляемые на видных местах на снегу или песке, вешки с записками. Охотники Прибалтики и сибиряки практикуют лаконичный «язык отломанных веток», с помощью которых видно, куда пошел зверь, где нужно остерегаться возможных выстрелов и т.п.

Сугубо вербальная коммуникация охотников начинается с взаимных советов и консультаций собратьев «по пуху и перу» по поводу вооружения, снаряжения и методов охоты, шумных споров с семьей по поводу сборов и очередной отлучки из дома ради любимого времяпрепровождения, а заканчивается после охоты, на привале, представляя собой тот самый полноценный охотничий дискурс, который конституирован «текстами на привале» и широко известен нарочитой гиперболизацией-презентацией охотничьих достижений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ароматы и запахи в культуре. – Сост. О.Б. Вайнштейн. – М.: Новое литературное обозрение, 2003. Кн. 1. 608с., кн. 2. 664с.
2. Буданцева Е. Сбереечь от напастей [Электронный ресурс] / Е. Буданцева. – Режим доступа : <http://www.samara.ru/paper/41/4981/89334/>
3. Генин Г. Так Батый маскировал свой запах пометом [Электронный ресурс] / Г. Генин. – Режим доступа : <http://www.peterlife.ru/>
4. Королев Л. Долги / Л. Королев [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.trofim.ru
5. Кутепов Н. Царская охота с X по XVII век (исторический очерк) / Н. Кутепов. – М.: ЭКСМО, 2005. – 412 с.
6. Левинсон А. Об эстетике насилия: армия и общество в СССР / России за последние 10 лет / А. Левинсон // Сетевой журнал «Неприкосновенный запас», 1999. – № 2 (4).

7. Левинсон А. Пять писем о запахе [Электронный ресурс] / А. Левинсон. – НЛЮ, 2000. – № 43. – Режим доступа : [www. magazines.russ.ru /nlo/2000/43/mains.html](http://www.magazines.russ.ru/nlo/2000/43/mains.html)
8. Личность. Культура. Этнос: Современная психологическая антропология. – М. : Смысл, 2001. – 555 с.
9. Маликов В.Н. Охотничьи собаки: практическая энциклопедия / В.Н. Маликов. – М. : АСТ-Сталкер, 2005. – 302 с.
10. Мечковская Н.Б. Семиотика. Язык. Природа. Культура. Курс лекций / Н.Б. Мечковская. – М. : Academia, 2004. – 432 с.
11. Олянич А.В. Презентационная теория дискурса : монография / А.В. Олянич. – Волгоград : Парадигма, 2004. – 507 с.
12. Олянич А.В. Потребности – дискурс – коммуникация : монография / А.В. Олянич. – Волгоград : Изд-во ВГСХА «Нива», 2006. – 220 с.
13. Сабанеев Л.П. Русская охота: охотничьи звери и птицы, охотничий календарь, способы охоты, рассказы бывалых охотников / Л.П. Сабанеев. – [Современная версия]. – М. : Эксмо, 2005. – 795 с.
14. Шаховский В.И. Запахи русского политического дискурса / В.И. Шаховский // Политический дискурс в России. – М. : Диалог-МГУ, 2000. – С. 108–111.
15. Williams J. Hunting, Hawking and the Early Tudor Gentleman / J. Williams // *History Today*, 00182753, London: Aug. 2003, Vol. 53, Issue 8.
16. Zoomba J. Elk Hunting [Электронный ресурс] / J. Zoomba. – Режим доступа : www.usahunting.org
17. Янушкевич О. Охота на глухаря [Электронный ресурс] / О. Янушкевич. – Режим доступа : <http://www.hunter.ru/hunting/articles/gluhar.htm>
18. Bates Marcia J. Fundamental Forms of Information / Bates Marcia J. // *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57(8) (2006): 1033-1045.
19. *Geographie des Odeurs* // Sours la dir. de R. Dulau et J.-R. Pitte. – P. : L'Harmattan, 1998. – 247 p.
20. Goonatilake S. The Evolution of Information: Lineages in Gene, Culture and Artefact / S.Goonatilake. – London : Pinter, 1991. – 203 p.
21. *Odeurs du monde, ecriture de la nuit* / Textes ed. par D. Rey-Hulman et M. Voccaro. – P.-Montreal : L'Harmattan, 1998. – 480 p.
22. *Odeurs et parfums*. – Actes du 121-e Congres national des societes historiques et scientifiques, section ethnologie et antropologie francaises. Nice, 1996. – Paris : CTHS, 1999.

Примечания

¹ М.Дж. Бейтс приводит следующие термины, дефинирующие эти формы:

Embedded information: The pattern of organization of the enduring effects of the presence of animals on the earth.

Embodied information: The corporeal expression or manifestation of information previously in encoded form.

Encoded information: Natural information that has symbolic, linguistic, and/or signal-based patterns of organization.

Enacted information: The pattern of organization of actions of an animal in, and interacting with, its environment, utilizing capabilities and experience from its neural stores. **Experienced information:** The pattern of organization of subjective experience, the feeling of being in life, of an animal. **Exosomatic information:** Information stored in durable form external to the body.

(Idea drawn from Goonatilake, 1991). **Expressed information:** The pattern of organization of communicatory scents, calls, gestures, and ultimately, human spoken language used to communicate among members of a species and between species. **Genetic information:** Information contained in the genotype. **Knowledge:** Information given meaning and integrated with other contents of understanding. **Natural information:** All information is natural information, in that it exists in the material world of matter and energy. Represented information (below) is an important sub-set of natural information. **Neural-cultural information:** Information that has been created by, processed in, or disseminated from animal nervous systems, especially human nervous systems. **Recorded information:** Communicatory or memorial information preserved in a durable medium. **Represented information:** Natural information that is encoded or embodied. **Trace information:** The pattern of organization of the residue that is incidental to living processes or which remains after living processes are finished with it. [Bates 2005].

ⁱⁱ Pheromone, any chemical produced by an animal that affects the behavior of other animals. Pheromones are found throughout the living world. The complex but primitive single-celled amoeba *Dictyostelium*, for example, uses a pheromone to attract others of its kind for reproduction. Insects regularly use pheromones for the same purpose. Social insects— insects that live together in groups— usually have many pheromonal messages. Ants, for example, usually have a pheromone for marking trails to food, another for starting attacks on enemies, a third that signals the need to flee, and others that identify their larvae in the darkness of the nest.

Pheromones are also common in vertebrates. Mammals regularly mark their territorial boundaries with pheromones from specialized glands. These odors can be detected at great distances and can alter behavior dramatically. Vertebrates also have additional odors that identify animals individually. Neighboring mammals of many species recognize one another by the odors that each leaves along mutual boundaries or at traditional scenting posts, and intruders are detected almost immediately. Even mates and offspring often recognize one another by odor.

ⁱⁱⁱ Под презентемой предлагается понимать мельчайшую информационную единицу воздействия, представляющую собой сложный лингвосомиотический (знаковый) комплекс, состоящий из когнитивно освоенных субъектом концептов и образов окружающего мира и переданный другому субъекту в ходе коммуникации с данным субъектом с целью воздействия на него. Процесс коммуникации может быть представлен в виде разворачивающейся во времени и в пространстве последовательности презентем как сугубо семиотически (визуально), так и дискурсивно (преимущественно вербально). Специфика презентемы как комплексного знака состоит в его триадном характере: с одной стороны, это лингвистический знак или совокупность лингвистических знаков; с другой же стороны – это коммуникативная единица, реализующая в речи (дискурсе) заложенную в нее информацию, когнитивно освоенную коммуникантом, ее передающим; третья сторона этого лингвосомиотического и коммуникативно-информационного образования – интенция воздействующего коммуниканта. Цельность презентемы как предельного и воспроизводимого в дискурсе сложного комплекса знаков разного качества определяется как раз наличием этой, онтологически важной для его существования, природы [Олянич 2004].

^{iv} Здесь и далее приводятся дефиниции лексем, извлеченные из *The Concise Oxford Dictionary of the English Language*. – OUP, 1998.

^v «David Bakken: - I was talking with a very experienced bow hunter who worked at an archery pro shop, and asked him about scent control. He said one thing he does is abstain from red meat during (and a bit before) hunting season, because he claimed that it increased one's body odor (to a deer's nose, not necessarily a human one, of course). Do you know if this has any merit or is an old wive's (or old wive's husbands') tail?

The Elitist: There may well be some truth to it. The individual scent signature and the “generic” scent of a species is the product of decomposition of secretions from the sebaceous glands and some large sweat glands in the skin. These glands produce an oily product that breaks down into fatty acids of varying chain length and become rancid. <...> Now as to the question about meat: one function of the sweat glands is to cool the body by evaporation; and another is to use the watery secretion they produce to dissolve ammonia and get rid of it. It's a minor excretory pathway for the products of protein metabolism. When amino groups get split off they are converted to ammonia (some of them) and excreted in sweat. That's one of the components of “locker room odor” along with the decomposing sebaceous gland secretions. Meat is a high-protein food, and therefore you will have more amino groups to get rid of. It's likely that the content of ammonia in sweat will increase as a result, and the deer will be able to detect you more easily. I don't do much bow hunting (season starts tomorrow, though) but I have killed a fair number of deer at close range; many of them well under 25 yards. I've had them come a lot closer than that every season (when I couldn't shoot them, of course) and it's not the least bit unusual where I hunt to have a deer come waltzing up within 5 to 10 yards of me. I've had them close enough to touch with the barrel of my squirrel gun. If the wind is right and you don't move you could smell like a gymnasium and they wouldn't care. If the wind is wrong it doesn't matter whether you are a total vegetarian who dips himself in baking soda every day, they are going to get a fix on you. I believe that a lot of this scent stuff is much more for the hunter's “peace of mind” than anything else. Keep in mind that pre-Columbian Indians, many of whom never bathed in their entire lives, were pretty successful deer hunters; and that out where I go in rural Virginia, I've run into more than one Good Ole Boy whose bathing habits were less than stellar, and they get their deer more often than not. Reading the wind and understanding the deer's capabilities are far more important than whether you wear a scent-lock suit or use “Odor-Away.” NOTHING can COMPLETELY eliminate your personal odor and while there is no reason not to be as fastidious as possible, some of the gadgetry and products out there border on the irrational. The “scent lock suit” is a prime example: maybe they work and maybe they don't, but personally I think some clever marketer figured out a way to sell a whole bunch of Gulf War surplus chemical protection clothing he'd bought at a fire-sale price. It's not like no one ever killed a deer before these things were available» [www.americanhunting.com].

^{vi} Показательно в этом отношении мнение Алексея Левинсона: «У меня было немало респондентов, которые припоминали роман «Парфюмер», стоило завести разговор об обонянии. Бог весть, что можно считать адекватным читательским восприятием, но собранные мной впечатления о читательских впечатлениях говорят: один ход автору удался. Энергетику зоны ближнего ольфакторного контакта (в данном случае - сексуального) он воображительно распространил на гораздо более широкую зону городского сообщества. Запахи, которыми

повелительно управляется взаимодействие в диаде, его герой сумел употребить для командования множеством людей в масштабах городского пространства. Последнее, что немаловажно, выступает прообразом социального пространства вообще. Нормативное регулирование из инструмента в зоне первичных отношений перенесено авторской волей на уровень коллективный, а далее и социетальный. А там оно не может быть ничем иным, кроме как властью. Притом властью абсолютной» [Левинсон www].

Олянич Андрей Владимирович – доктор филологических наук, профессор, член-корр. РАН, действительный член Нью-Йоркской академии наук, заведующий кафедрой иностранных языков Волгоградского государственного аграрного университета; e-mail: aolyanitch@mail.ru