

Понкин И.В., Абраменкова В.В. Заключение от 21 марта 2011 г. по журналу «Артхроника» (2010, № 4)

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

ОСНОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ИССЛЕДОВАНИЯ

Настоящее заключение подготовлено по результатам исследования, проведенного по обращению некоммерческого партнерства «Адвокатское бюро профессора М. Кузнецова» Московской городской коллегии адвокатов от 28.12.2010.

ДАННЫЕ О СПЕЦИАЛИСТАХ

Комиссия в следующем составе:

Понкин Игорь Владиславович, доктор юридических наук, член Общественного совета при МВД России, заместитель председателя Комиссии по проблемам безопасности, защиты прав ребенка и других участников образовательного процесса Общественной палаты по образованию в городе Москве, председатель Правления Института государственно-конфессиональных отношений и права (стаж научной деятельности – 22 года, стаж экспертной деятельности – 11 лет),

Абраменкова Вера Васильевна, доктор психологических наук, заведующая лабораторией Института психолого-педагогических проблем детства Российской академии образования, профессор Московского государственного психолого-педагогического университета (стаж научной деятельности – 36 лет, стаж экспертной деятельности – 14 лет);

провела комплексное психологическое и юридико-лингвистическое исследование представленных материалов.

ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ МАТЕРИАЛЫ

Для исследования представлен: выпуск № 4 журнала «Артхроника» за 2010 год, содержащий подлежащие исследованию следующие помещенные в статье Сергея Ходнева «Крестовый поход» (с. 70–79)¹ изображения (далее – объекты исследования), а также текстовые комментарии в указанной статье, непосредственно относящиеся к обозначенным изображениям:

¹ Допускаем, что, кроме третьего и седьмого изображений (объектов из указанного перечня), остальные представленные для исследования объекты относятся не к указанной статье, а сопряженным с ней по смыслу редакционным вставкам. На с. 78 имеется ссылка на некую Александру Новожену как автора. Однако оценка этих вопросов не входила в круг задач авторов настоящего исследования и не имеет существенного значения для ответов на поставленные вопросы.

1. Фотография работы А. Серрано «Христос в моче»² (с. 75).
2. Фотография работы М. Киппенбергера «Сначала ноги» (с. 75).
3. Фотография перформанса О. Кулика «Новая проповедь» (с. 76).
4. Фотография работы К. Офили «Дева Мария» (с. 77).
5. Фотография инсталляции Д. Незнальска «Страсть» (с. 78).
6. Фотография работы Т. Коха «Христос с эрекцией» (с. 79).
7. Фотография работы Д. Пиликина «Я тебя люблю. Но сейчас мне некогда» (с. 75).
8. Фотография инсталляции П. Шмидлина «Мисс Китти» (с. 79).

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОВОДИЛОСЬ В РАМКАХ СЛЕДУЮЩИХ ПОСТАВЛЕННЫХ ВОПРОСОВ:

1. Имеются ли среди представленных для исследования изображений, опубликованных в выпуске № 4 журнала «Артхроника» за 2010 г., изображения, направленные на унижение человеческого достоинства по признаку отношения к религии? Если да, то какие из представленных для исследования изображений и за счет каких реализованных в них приёмов? По признаку отношения к какой именно религии (каким именно религиям) унижено человеческое достоинство граждан такими из представленных изображений? Имеются ли в относящихся к таким выявленным изображениям текстовых комментариях в указанном журнале какие-либо высказывания, позволяющие определить и оценить отношение к указанным изображениям со стороны редакции указанного журнала и (или) автора (авторов) статьи, в рамках которой размещены (опубликованы) указанные изображения? Если да, то каково выявленное отношение обозначенных лиц к таким изображениям?

2. Могут ли исследованные изображения, в отношении которых ответ на вопрос № 1 является положительным, быть обоснованно оценены как реализующие приём сатиры?

При производстве исследования были использованы методы психологического и юридико-лингвистического анализа.

В рамках проведенного психологического анализа были использованы методы психо-семантического анализа, контент-анализа и другие методы³.

² Здесь и далее применительно к исследуемым изображениям использованы названия в соответствии с подписями или текстовыми комментариями, приведенными в указанной статье.

³ Методы изложены в специальной литературе: Кудрявцев И.А. Комплексная судебная психолого-психиатрическая экспертиза. – М., 1999; Коченов М.М. Введение в судебно-психологическую экспертизу. – М., 1980; Сафуанов Ф.С. Судебно-психологическая экспертиза в уголовном процессе. М., 1998.

В рамках проведенного юридико-лингвистического анализа были использованы методы текстологического и лингвосемантического анализа.

Время производства исследования: 10 января – 21 марта 2011 г.

ИССЛЕДОВАНИЕ

Предметом исследования явились содержание, смысловая направленность, изобразительные приёмы и иные значимые для ответов на поставленные вопросы элементы и особенности представленных объектов исследования с позиции их психологической и юридико-лингвистической оценки в рамках поставленных перед настоящим исследованием вопросов.

Исследование в рамках ответа на вопрос № 1.

Исследование объекта № 1 – фотографии работы Андреса Серрано «Христос в моче», 1987 г. (с. 75).

Исследуемый объект визуально представляет собой нечеткое, размытое красновато-желтого цвета изображение христианского распятия (распятия Иисуса Христа на кресте), погруженного в какую-то мутную жидкость. На то, что это именно образ распятого на кресте Иисуса Христа указывает вполне узнаваемая конфигурация распятия, укоренившаяся в общественном стереотипе как распятие именно Иисуса Христа, в том числе положение тела распятой на кресте фигуры.

Для верующих христиан Иисус Христос – это объект религиозного поклонения, почитания и уважения. При этом здесь и далее авторами настоящего заключения также учитывается, что в исламе Иисус Христос – пророк Иса – является объектом религиозного почитания и уважения. То есть следует учитывать, что любые оскорбительные манипуляции с образом Иисуса Христа также унижают и человеческое достоинство мусульман. Однако далее исследуемые объекты проанализированы с позиции их воздействия именно на христиан, как основных адресатов коммуникативных посланий, реализованных в данном исследуемом изображении (как и в ряде других, указанных ниже).

Размещенный над исследуемым объектом на той же с. 75 текстовый комментарий следующего содержания: *«1987 Андрес Серрано. Христос в моче. Из целой серии фотографий, сделанных сквозь призму стакана с мочой, прославился именно Христос – распятие, показанное сквозь светящуюся взвесь урины художника»* – разъясняет содержание коммуникативного послания, передаваемого автором исследуемого объекта (адресантом) посредством указанного объекта его зрителям (адресатам).

Кроме того, процитированный комментарий позволяет четко уяснить форму и содержание исследуемого объекта – это христианский крест

(христианское распятие), погруженный в стеклянный сосуд (с прозрачными стенками) с мочой, либо помещенный за фоном человеческой мочи, налитой в указанный сосуд. Фон изображения содержит крапинки (схожие с пузырьками) и полосы, передающие обозначенную в текстовом комментарии технику первоначального создания изображения – съемка *«через призму стакана с мочой»*. Мы не исключаем, что наложенный на изображение христианского распятия мутный, слабо-прозрачный красновато-желтый фон мог быть достигнут посредством использования компьютерно-программных средств. В любом случае, визуально объект объективно выглядит и может обоснованно оцениваться как намеренно создающий впечатление погружения христианского распятия в человеческие испражнения (мочу). На это же указывает процитированный выше текст комментария. То есть реализован вполне определенный не допускающий двойного прочтения коммуникативный знак.

Оценка исследуемого объекта на информативность заложенного в него коммуникативного послания (семантические особенности коммуникативного послания, определяющие возможность адекватно интерпретировать содержание коммуникативного намерения адресанта этого коммуникативного послания) и на прагматическую релевантность (общественная, в том числе культурная, ценность, а также полезность информации, заложенной в коммуникативном послании, для объективного информирования об объекте, который стал предметом обозначенного коммуникативного послания) позволяет сделать вывод о нулевой прагматической релевантности заложенного в исследуемом объекте коммуникативного послания, поскольку никакой ценности (культурной, в том числе – художественной, и практической) осуществляемое им намеренное, безосновательное и неспровоцированное оскорбление большой социальной группы (посредством применения эксcrementального приёма) иметь не может, и вывод о достаточно полной информативности коммуникативного послания, поскольку коммуникативные намерения адресанта этого коммуникативного послания (автора исследуемого объекта) вполне ясны, четко обнаруживаются и проясняются через выявление и анализ реализованных в исследуемом объекте приёмов.

Проведенное исследование объекта позволяет выделить следующие коммуникативные приёмы, посредством применения которых реализуется негативное психологическое воздействие исследуемого объекта на зрителя и которые обеспечивают направленность воздействия исследуемого объекта на жестокое, сильное унижение человеческого достоинства и на крайне болезненное оскорбление религиозных чувств лиц, исповедующих христианство (независимо от конфессиональной принадлежности):

1. Коммуникативный приём совмещения сакрального с эксcrementальным (в более общем виде – приём совмещения сакрального с низменно-вульгарным).

Указанный приём реализован дважды – как в самой композиции исследуемого визуального объекта, так и в его названии – «*Христос в моче*».

Допускаем, что у исходного экспоната или изображения могло быть полностью или частично иное название, но это не препятствует рассмотрению процитированного названия исследуемого объекта, поскольку в настоящем исследовании подлежит анализу не столько исходный экспонат или исходное изображение, репродукция которого опубликована в данном журнале, сколько совокупность изображения и текстового комментария, размещенного на этой же странице.

Учитывая культурные стереотипы и ценностные установки в культурах народов Российской Федерации, существующую систему культурных стереотипов и коммуникативных кодов, обоснованно оценивать приём совмещения сакрального с эксcrementальным как характеризующийся наибольшей экспрессивной агрессивностью, как один из наиболее уничижительных приемов, обеспечивающих максимальную эффективность унижения достоинства личности человека.

Выявленное соединение священного для верующих христиан символа (распятия Иисуса Христа на кресте) и, соответственно, образа Иисуса Христа, распятого на кресте, с эксcrementальным объектом является в крайней степени жестоким и изощренным уничижительным издевательством над христианами, направленным на достижение интенсивного болезненного оскорбления их религиозных чувств и унижения их человеческого достоинства.

2. Коммуникативный приём использования обценной лексики.

Выявленное соединение в названии исследуемого объекта (с. 75) священного для верующих христиан символа с лексемой, отражающей эксcrementальную семантику, трансформирует специфически нейтральный медицинский термин «моча» в данной коннотации в обценную лексему и дает необходимые и достаточные основания для вывода об использовании в указанном комментарии к исследуемому объекту обценной⁴ оскорбительной лексики в целях крайне жесткого оскорбления, унижения адресата, позволяет оценить использование этого приёма как усиливающего негативное оскорбительное

⁴ Обценная лексика (ненормативная, табуированная лексика, нецензурные выражения, мат, непечатная брань) – от англ. obscene (непристойный, грязный, бесстыдный), которое, в свою очередь, восходит к лат. obscenus (отвратительный, непристойный, неприличный) – сегмент бранной лексики, включающий грубейшие (похабные, непристойно мерзкие, вульгарные) бранные выражения (Как провести лингвистическую экспертизу спорного текста? Памятка для судей, юристов СМИ, адвокатов, прокуроров, следователей, дознавателей и экспертов / Под ред. проф. М.В. Горбаневского. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юридический Мир, 2006. – С. 50–51).

воздействие исследуемого объекта. Семантическое ядро значения (денотат) этого коммуникативного знака является однозначно негативным и оскорбительным.

3. Коммуникативный приём метонимической замены (подмены) одного знака другим.

Данный прием реализуется посредством того, что автор объекта добивается (за счет индуцирования действия психологического механизма переноса) метонимической замены (подмены) образа Иисуса Христа образом самого верующего, в сознании которого священный для него символ включен в самоидентификацию. Это обусловлено спецификой религиозно-психологического восприятия верующими христианами фигуры и личности Иисуса Христа как ипостаси Бога, создавшего человека по образу и подобию своему, для верующих христиан духовное приближение к образу Христа является жизненно ценным стремлением (в религиозном понимании этого).

То есть исследуемый объект обладает оскорбительным потенциалом и воздействием в отношении каждого верующего христианина, так как до зрителя доводится коммуникативное послание, низводящее, литотизирующее⁵ духовные ценности христианства, а значит – и образ верующего христианина до уровня человеческих экскрементов. Воздействие данного приёма проявляется в отношении исключительно христиан, поскольку именно и исключительно для них характерно указанное выше прочтение смысла христианского распятия как элемента, связанного с самоидентификацией. Поэтому обоснованно оценивать направленность исследуемого объекта как крайне оскорбительно, унижающе воздействующего (в части описываемого приёма) – как на всю совокупность верующих христиан, так и на каждого верующего христианина в отдельности.

Исследуемый объект направлен на уничижительную девальвацию, смысловую литотизацию и принудительную десакрализацию священного для христиан символа – христианского распятия.

Исходя из выявленных и обозначенных выше коммуникативных приёмов, посредством которых осуществляется негативное психологическое воздействие исследуемого объекта на зрителя, обоснованно определить основную коммуникативную цель исследуемого объекта – как состоящую в трансляции следующих идей-утверждений, во внушении их и обеспечении их интроекции⁶ зрителем (адресатом):

⁵ Литотизация – принудительное и намеренное принижение, опускание ценности и значения чего-либо. Литота – приём преуменьшения, противоположный гиперболе, используемый для усиления изобразительно-выразительных свойств речи.

⁶ Интроекция – включение индивидом в свой внутренний мир воспринимаемых им взглядов, мотивов и установок других людей уже как своих взглядов, мотивов и установок (Современный словарь иностранных слов. – М.: Русский язык, 1999. – С. 244).

– что образ Иисуса Христа предметно и ценностно сопоставим, равноценен человеческим экскрементам;

– что личность верующего христианина настолько малоценна, что может быть предметно и ценностно сопоставлена, приравнена к человеческим экскрементам.

Посредством применения в исследуемом объекте (его автором) указанных выше приёмов достигаются насильственные внедрение и интроекция в сознании зрителей указанных идей-утверждений, осуществляются сильнейшие психотравмирующие воздействия на зрителя (верующего христианина), индуцируются в его сознании крайне болезненные, разрушительные эмоциональные переживания чувств и состояний жесточайшей оскорбленности и сильнейшей униженности. То есть воздействие исследуемого объекта на зрителя (адресата) вызывает у него переживание очень глубоких нравственных страданий.

Совокупное и одновременное применение обозначенных выше приёмов мультиплицирует (то есть нелинейно, резко увеличивает) общий эффект психологического воздействия, кумулятивно усиливает значительный оскорбительный потенциал, присущий каждому из использованных приемов, тем самым, усиливая общее интегральное унижающее человеческое достоинство верующих психологическое воздействие исследуемого объекта.

Соответственно, такие действия не могут не восприниматься верующими христианами как преднамеренное изощренное и крайне уничижительное издевательство над религиозно значимым для них христианским распятием и над образом Иисуса Христа – объектом их религиозного поклонения, как преднамеренное издевательство над христианами, направленное на достижение интенсивного болезненного оскорбления их религиозных чувств и унижения их человеческого достоинства, по мотиву ненависти и нетерпимости к ним.

Анализ содержания, направленности и особенностей оформления (внешнего выражения) коммуникативного послания, реализованного в исследуемом объекте, дает необходимые и достаточные основания для вывода о том, что степень кодирования коммуникативного послания гетерогенна (различается) в зависимости от реализуемого в исследуемом объекте приёма (невысокая степень кодирования при первом и втором из вышеуказанных приёмов и средняя степень кодирования при третьем приёме).

Анализ особенностей относящегося к данному объекту исследования текста на с. 75 вышеназванного журнала позволяет оценить позицию авторов вышеуказанной статьи и редакции журнала как солидаризирующуюся с коммуникативным намерением адресанта – автора исследуемого объекта. Конкретно, об этом свидетельствует уже выше процитированное высказывание: *«Из целой серии фотографий, сделанных через призму стакана с мочой,*

прославился именно Христос», в частности, использование в этом высказывании лексемы «*прославился*» (применительно к слову «Христос») – для отражения действия, по существу, приписываемого непосредственно Иисусу Христу. То есть указанное высказывание формирует ложное представление о совершении самим Иисусом Христом описанных выше манипуляций с мочой – «*прославился*». Указанный комментарий выражает крайне пренебрежительное, оскорбляющее христиан отношение авторов статьи и редакции журнала к Иисусу Христу и имеет крайне оскорбительный характер, направлен на унижение человеческого достоинства христиан, на возбуждение религиозной вражды.

Вывод по исследованию объекта № 1.

Фотография работы А. Серрано «Христос в моче» направлена на крайне жестокое унижение человеческого достоинства верующих христиан, на уничижительное оскорбление их религиозных чувств. Опубликование этой фотографии в указанном журнале является самостоятельным действием, представляющим собой характеризующееся крайней степенью жестокости изощренно уничижительное издевательство над христианами, оскорбление их религиозных чувств и унижение их человеческого достоинства.

Исследование объекта № 2 – фотографии работы Мартина Киппенбергера «Сначала ноги», 1990 г. (с. 75).

Исследуемый объект представляет собой изображение распятой на деревянном коричневом кресте (размещенном на чёрном фоне) скульптурной фигуры некоего вымышленного существа зелёного цвета с человеческим телом, но с мордой лягушки и с четырьмя лапами лягушки вместо человеческих кистей рук и ступней ног. Существо одето в набедренную повязку, у него сильно вывалился изо рта наружу язык и выпучены глаза, оно держит в правой верхней лапе темно-зеленого цвета кружку, а в левой верхней лапе удерживается (прикреплён к лапе) светло-коричневого цвета яйцевидной формы предмет (похожий размером и формой на куриное яйцо, поэтому идентифицируем его именно так), оконечности нижних лап наложены одна на другую (левая поверх правой) и вместе прикреплены к кресту гвоздем, пробившим их насквозь.

Размещенный под исследуемым объектом на той же с. 75 текстовый комментарий следующего содержания: «*1990. Мартин Киппенбергер. Сначала ноги. Пьяная лягушка, распятая на кресте, с кружкой пива в одной лапе и яйцом в другой*» – разъясняет содержание коммуникативного послания, передаваемого автором исследуемого объекта (адресантом) посредством указанного объекта его зрителям (адресатам).

Оценка исследуемого объекта на информативность заложенного в него коммуникативного послания и на прагматическую релевантность позволяет

сделать вывод о нулевой прагматической релевантности заложенного в исследуемом объекте коммуникативного послания, поскольку никакой ценности (культурной, в том числе – художественной, и практической) осуществляемое им намеренное, безосновательное и неспровоцированное оскорбление большой социальной группы иметь не может, и вывод о достаточно полной информативности коммуникативного послания, поскольку коммуникативные намерения адресанта этого коммуникативного послания (автора исследуемого объекта) вполне ясны, четко обнаруживаются и проясняются через выявление и анализ реализованных в исследуемом объекте приёмов.

Проведенное исследование объекта позволяет выделить следующие коммуникативные приёмы, посредством применения которых реализуется негативное психологическое воздействие исследуемого объекта на зрителя и которые обеспечивают направленность воздействия исследуемого объекта на жестокое, сильное унижение человеческого достоинства и на крайне болезненное оскорбление религиозных чувств лиц, исповедующих христианство (независимо от конфессиональной принадлежности):

1. Коммуникативный приём метонимической замены (подмены) образа распятого на кресте Иисуса Христа (в христианстве – объект религиозного поклонения, почитания и уважения) на образ пьяного лягушкоподобного существа, в силу очевидной ассоциативной связи креста, на котором распята центральная фигура композиции, и позы распятой фигуры со священным для христиан символом – христианским распятием.

Тем самым, образ Иисуса Христа оскорбительно для христиан ставится в один ряд, сравнивается с образом лягушкоподобного существа, находящегося, как заявлено в комментарии к исследуемому объекту, в состоянии алкогольного опьянения. Дополнительно негативную роль играет облик этого пьяного лягушкоподобного существа – у него вывалился изо рта язык, выпученные глаза, а также обладающий в данном контексте самостоятельной оскорбительной семантикой знак – пивная кружка в правой лапе существа.

То есть исследуемый объект обладает оскорбительным потенциалом, который состоит в том, до зрителя доводится коммуникативное послание, принудительно литотизирующее (невыносимо болезненно для верующих низводящее) священный для верующих христиан и религиозно почитаемый и уважаемый ими образ Иисуса Христа, превращающее образ Иисуса Христа в объект жестоких издевательских насмешек, пейоративного высмеивания. Семантическое ядро значения (денотат) этого коммуникативного знака является однозначно негативным и оскорбительным.

2. Коммуникативный приём использования в отношении образа Иисуса Христа негативной зоосемантической метафоры, в данном случае – метафоры,

искусственно индуцирующей ассоциации с негативным образом описанного лягушкоподобного существа с целью особой негативно-смысловой характеристики образа Иисуса Христа, формирования в сознании зрителей пейоративно высмеянного и издевательски опороченного образа Иисуса Христа.

3. Коммуникативный приём метонимической замены (подмены) гвоздей на верхних конечностях существа, распятого на кресте, яйцом и кружкой с пивом. Верхние конечности существа держат указанные предметы, только ноги пригвождены к крестовой конструкции. Даже если при высоком разрешении этого фото и крупном увеличении изображения удастся обнаружить гвозди на верхних конечностях лягушкоподобного существа, в исследуемой журнальной публикации этого не видно. Поэтому четко создается впечатление того, что верхние конечности мутанта не прибиты к кресту. И это находит свое отражение в приведенном в вышеуказанном журнале названии исследуемого объекта – «*Сначала ноги*».

Данный приём направлен на высмеивание, опровержение библейской истории о смерти Иисуса Христа на кресте и, в конечном счете, через сочетанное использование с другими вышеуказанными двумя приёмами – на уничижительную девальвацию, литотизацию образа Иисуса Христа.

Помещенное автором исследуемого объекта в левой лапе «лягушки» яйцо (через ассоциативные связи с пасхальными торжествами в христианстве) реализует дополнительную аллюзию к христианству.

Исследуемый объект направлен на издевательское высмеивание образа Иисуса Христа и на уничижительную девальвацию и принудительную десакрализацию, литотизацию священного для христиан символа – христианского распятия.

Исходя из выявленных и обозначенных выше коммуникативных приёмов, посредством которых осуществляется негативное психологическое воздействие исследуемого объекта на зрителя, обоснованно определить основную коммуникативную цель исследуемого объекта – как состоящую в трансляции и внушении следующих идей-утверждений, в обеспечении их интроекции зрителем (адресатом):

– что образ Иисуса Христа предметно и ценностно сопоставим, равноценен образу «пьяной лягушки»;

– что жертва, принесенная Иисусом Христом на кресте, когда он был распят и умер на нём, сопоставима по ценности и значению пребыванию на кресте «пьяной лягушки» с пивной кружкой в лапе, то есть имеет ничтожное значение;

– что христианское распятие как религиозный символ не обладает никаким положительным ценностным значением, в том числе – таким, которое бы

обуславливало необходимость воздержания от оскорбляющих христиан действий в отношении этого символа.

Посредством применения в исследуемом объекте (его автором) указанных выше приёмов достигаются насильственные внедрение и интродукция в сознании зрителей указанных идей-утверждений, осуществляются сильнейшие психотравмирующие воздействия на зрителя (верующего христианина), индуцируются в его сознании крайне болезненные, разрушительные эмоциональные переживания чувств и состояний жесточайшей оскорбленности и сильнейшей униженности. То есть воздействие исследуемого объекта на зрителя (адресата) вызывает у него переживание очень глубоких нравственных страданий.

Поэтому обоснованно оценивать направленность исследуемого объекта как оскорбительно, унижающе воздействующего именно на совокупность верующих христиан, равно как и на каждого верующего христианина в отдельности.

Совокупное и одновременное применение обозначенных выше приёмов мультиплицирует (то есть нелинейно, резко увеличивает) общий эффект психологического воздействия, кумулятивно усиливает значительный оскорбительный потенциал, присущий каждому из использованных приемов, тем самым, усиливая общее интегральное унижающее человеческое достоинство верующих психологическое воздействие исследуемого объекта.

Соответственно, такие действия не могут не восприниматься верующими христианами как изощренное и крайне уничижительное издевательство над религиозно значимым для них христианским распятием и над образом Иисуса Христа – объектом их религиозного поклонения, как преднамеренное жестокое и изощренное уничижительное издевательство над христианами, направленное на достижение интенсивного болезненного оскорбления их религиозных чувств и унижения их человеческого достоинства, по мотиву ненависти и нетерпимости к ним.

Анализ содержания, направленности и особенностей оформления (внешнего выражения) коммуникативного послания, реализованного в исследуемом объекте, дает необходимые и достаточные основания для вывода о том, что степень кодирования указанного коммуникативного послания гетерогенна (различается) в зависимости от реализуемого в исследуемом объекте приёма (невысокая степень кодирования при первом и втором из вышеуказанных приёмов и средняя степень кодирования при третьем приёме).

Анализ особенностей относящегося к данному объекту исследования текста на с. 75 вышеназванного журнала позволяет оценить позицию авторов вышеуказанной статьи и редакции журнала как солидаризирующуюся с коммуникативным намерением адресанта – автора исследуемого объекта.

Конкретно, об этом свидетельствует следующее высказывание: *«Наущаемый Ватиканом, местный чиновник начал голодовку за удаление лягушки, что не заставило директора музея Коринн Дизенерс снять ее с экспозиции. В итоге сняли саму Дизенерс».*

Вывод по исследованию объекта № 2.

Фотография работы М. Киппенбергера «Сначала ноги» направлена на крайне жестокое унижение человеческого достоинства верующих христиан, на уничижительное оскорбление их религиозных чувств. Опубликование этой фотографии в указанном журнале является самостоятельным действием, представляющим собой характеризующееся крайней степенью жестокости изощренно уничижительное издевательство над христианами, оскорбление их религиозных чувств и унижение их человеческого достоинства.

Исследование объекта № 3 – фотографии перформанса Олега Кулика «Новая проповедь» (с. 76).

Исследуемый объект представляет собой фотографию следующей сцены (перформанса), устроенной О. Куликом. В окружении продавцов мясного отдела рыночного помещения (о чем свидетельствуют изображенные на фотографии торговые прилавки, разделочные столы, лежащие куски мяса, оборудование торгового пространства – торговые весы и проч.) изображен автор и исполнитель перформанса О. Кулик, босиком и без штанов стоящий на разделочном столе для мяса. Это – центральная фигура изображения: верхняя часть его тела одета в красно-белые материи, на его голове – сухой лавровый венок. В руках, обёрнутых белой тканью, О. Кулик держит отрубленные ноги животных с копытами (по одной в каждой руке), которые создают впечатление продолжения его рук, а на красной ткани, прижимая к груди, он держит тушку поросёнка. Лицо О. Кулика мимически изображает процесс произнесения речи – гордо поднятая вверх голова оратора, приоткрытый рот, прикрытые глаза.

Из текста комментария (названия перформанса) и изображенных на исследуемом объекте действий О. Кулика чётко прослеживается коммуникативный отсыл к религиозному христианскому сюжету о проповеди Иисуса Христа. Таким образом, автор кощунственным образом издевается над религиозными чувствами верующих по признаку их отношения к религии.

Об имитируемом О. Куликом образе Иисуса Христа свидетельствуют:

1) название работы «Новая проповедь», в котором задействована явная ассоциативная связь с проповедью как атрибутом религиозной традиции христиан;

2) лавровый венок на голове О.Кулика и тканевые полотнища в качестве одежды имеют сходство с венком и одеждой Христовой (в его укоренившемся в культурных стереотипах образе);

3) надпись – комментарий под изображением.

Размещенный под исследуемым объектом (и левее) на той же с. 76 комментарий следующего содержания: *«Олег Кулик. Новая проповедь. Москва, Даниловский рынок. 15 сентября 1994. Олег Кулик в облике Христа-мутанта (с копытами вместо рук) долго и надрывно мычал, стоя на колоде для разделки мяса»* – разъясняет содержание коммуникативного послания, передаваемого автором исследуемого объекта (адресантом) посредством указанного объекта его зрителям (адресатам).

Оценка исследуемого объекта на информативность заложенного в него коммуникативного послания и на прагматическую релевантность позволяет сделать вывод о нулевой прагматической релевантности заложенного в исследуемом объекте коммуникативного послания, поскольку никакой ценности (культурной, в том числе – художественной, и практической) осуществляемое им намеренное, безосновательное и неспровоцированное оскорбление большой социальной группы иметь не может, и вывод о достаточно полной информативности коммуникативного послания, поскольку коммуникативные намерения адресанта этого коммуникативного послания (автора исследуемого объекта) вполне ясны, четко обнаруживаются и проясняются через выявление и анализ реализованных в исследуемом объекте приёмов.

Проведенное исследование объекта позволяет выделить следующие коммуникативные приёмы, посредством применения которых реализуется негативное психологическое воздействие исследуемого объекта на зрителя и которые обеспечивают направленность воздействия исследуемого объекта на жестокое, сильное унижение человеческого достоинства и на крайне болезненное оскорбление религиозных чувств лиц, исповедующих христианство (независимо от конфессиональной принадлежности):

1. Коммуникативный приём использования в отношении образа Иисуса Христа негативной зоосемантической метафоры, в данном случае метафоры, искусственно индуцирующей ассоциации с негативным образом мутанта – человеческого существа с копытами и частью ног животных вместо кистей, запястий и частей предплечий рук: *«в облике Христа-мутанта (с копытами вместо рук)»*. Для этого автором перформанса используются ноги животных с копытами, которые он держит в руках, скрывая собственные кисти рук под светлой тканью, визуально подменяя таким образом, человеческие руки ногами копытных животных. Семантическое ядро значения (денотат) этого коммуникативного знака является однозначно негативным и оскорбительным.

2. Коммуникативный приём метонимической замены (подмены) одного знака другим. Данный прием реализуется посредством того, что имитация О. Куликом «мычания» метонимически выдается за христианскую проповедь, приравнивается к ней по ценности и значимости. Как сказано в комментарии на этой же странице, О. Кулик в качестве христианской (поскольку осуществляется метонимическая отсылка к образу Иисуса Христа) проповеди выдавал *«долгое и надрывное мычание»*.

3. Коммуникативный приём использования в отношении образа Иисуса Христа негативной семантической метафоры, связанной с мифологией сатанизма.

Реализованная О. Куликом метонимическая замена (как вспомогательный в данном случае приём) рук в образе Иисуса Христа на ноги с копытами отсылает к образу сатаны, традиционно изображаемому в западной, в том числе российской, культуре в образе существа с копытами вместо ступней ног (перемена рук на ноги, очевидно, вызвана сложностями в реализации указанного приёма О. Куликом для ног). Тем самым, транслируется и формируется кощунственно издевательское для верующих христиан представление о предметной и ценностной совместимости и сопоставимости, равноценности образа Иисуса Христа и образа сатаны.

4. Коммуникативный приём прямого оскорбления, в данном случае – образа Иисуса Христа, объекта религиозного поклонения, почитания и уважения христиан.

Это осуществляется посредством использования крайне оскорбительной в реализованной в исследуемом объекте и в текстовом комментарии к нему коннотации лексемы *«мутант»*, с усиливающим негативное воздействие этого приёма дополнительным соединением с образом Иисуса Христа копыт (вместо рук), что является самостоятельным оскорблением. Семантическое ядро значения (денотат) этого коммуникативного знака является однозначно негативным и оскорбительным.

5. Коммуникативный приём метонимической замены (подмены) тернового венка на лавровый. То, что это лавровый венок (венок победителя), а не терновый является особой издевкой и глумлением над образом Иисуса Христа.

Исходя из выявленных и обозначенных выше коммуникативных приёмов, посредством которых осуществляется негативное психологическое воздействие исследуемого объекта на зрителя, обоснованно определить основную коммуникативную цель исследуемого объекта – как состоящую в трансляции и внушении следующих идей-утверждений, в обеспечении их интроекции зрителем (адресатом):

– что образ Иисуса Христа предметно и ценностно совместим, равноценен образу мутанта – человеко-животного;

- что проповедь Христа равноценна мычанию животного;
- что образ Иисуса Христа предметно и ценностно совместим, равноценен образу сатаны.

Посредством применения в исследуемом объекте (его автором) указанных выше приёмов достигаются насильственные внедрение и интроекция в сознании зрителей указанных идей-утверждений, осуществляются сильнейшие психотравмирующие воздействия на зрителя (верующего христианина), индуцируются в его сознании крайне болезненные, разрушительные эмоциональные переживания чувств и состояний жесточайшей оскорбленности и сильнейшей униженности. То есть воздействие исследуемого объекта на зрителя (адресата) вызывает у него переживание очень глубоких нравственных страданий.

Совокупное и одновременное применение обозначенных выше приёмов мультиплицирует (то есть нелинейно, резко увеличивает) общий эффект психологического воздействия, кумулятивно усиливает значительный оскорбительный потенциал, присущий каждому из использованных приемов, тем самым, усиливая общее интегральное унижающее человеческое достоинство верующих психологическое воздействие исследуемого объекта.

В этом случае прослеживается даже определенная редундантность (избыточная множественность) в выборе и реализации в данном объекте приёмов унижения человеческого достоинства христиан.

Как результат, исследуемый объект направлен на уничижительное, издевательское высмеивание священного для христиан образа Иисуса Христа, на его десакрализацию и девальвацию (обесценивание).

Соответственно, такие действия не могут не восприниматься верующими христианами как изощренное и крайне уничижительное издевательство над образом Иисуса Христа, как преднамеренное жестокое и изощренное уничижительное издевательство над христианами, направленное на достижение интенсивного болезненного оскорбления их религиозных чувств и унижения их человеческого достоинства по мотиву ненависти и нетерпимости к ним.

Анализ содержания, направленности и особенностей оформления (внешнего выражения) коммуникативного послания, реализованного в исследуемом объекте, дает необходимые и достаточные основания для вывода о том, что реализована средняя степень кодирования указанного коммуникативного послания по всем реализованным в объекте приёмам.

Анализ особенностей относящегося к данному объекту исследования текста на с. 76 вышеназванного журнала позволяет оценить позицию авторов вышеуказанной статьи и редакции журнала как солидаризирующуюся с коммуникативным намерением адресанта – автора исследуемого объекта. Конкретно, об этом свидетельствует использование следующей лексической

конструкции в выше цитированном тексте со с. 76: «*Олег Кулик в облике Христа-мутанта (с копытами вместо рук)*».

Вывод по исследованию объекта № 3.

Фотография перформанса О. Кулика «Новая проповедь» направлена на крайне жестокое унижение человеческого достоинства верующих христиан, на уничижительное оскорбление их религиозных чувств. Опубликование этой фотографии в указанном журнале является самостоятельным действием, представляющим собой характеризующееся крайней степенью жестокости изошренно уничижительное издевательство над христианами, оскорбление их религиозных чувств и унижение их человеческого достоинства.

Исследование объекта № 4 – фотографии работы Криса Офили «Дева Мария», 1996 г. (с. 77).

Исследуемый объект – фотография работы К. Офили – представляет собой графическую работу (возможно – аппликацию), на которой изображена невнятных очертаний фигура женщины с длинными волосами и в развевающемся одеянии типа балахона. Лицо женщины – отталкивающе отвратительного вида, с непропорционально толстым, большим носом, разными по конфигурации глазами и неестественно изображенными губами.

Размещенный под исследуемым объектом на той же с. 77 текстовый комментарий следующего содержания: «*изображение Девы Марии, декорированное вырезками из порножурналов и кусочками слоновьего дерьма*» – выступает ключевым при оценке содержания и направленности исследуемого объекта и разъясняет содержание коммуникативного послания, передаваемого автором исследуемого объекта (адресантом) посредством указанного объекта его зрителям (адресатам).

В сложившейся системе культурных стереотипов и коммуникативных кодов понятие «Дева Мария» однозначно и совершенно определенно отражает религиозно почитаемый христианами образ Божьей Матери. Основания для полисемичного (многозначного) восприятия указанного словосочетания отсутствуют, либо настолько ничтожны, что не могут восприниматься как релевантные и референтные.

Поверх центрального персонажа композиции и вокруг этого персонажа на желтом фоне размещены неопределенного вида и сложного состава элементы (нечеткие фрагменты изображения), напоминающие то ли половые органы человека, то ли женские молочные железы (точно установить по исследуемому изображению не представляется возможным). Из процитированного выше комментария к этому объекту заключаем, что это и есть «*вырезки из*

порножурналов» и кусочки слоновьих фекалий (либо нечто, изображающее таковые).

Оценка исследуемого объекта на информативность заложенного в него коммуникативного послания и на прагматическую релевантность позволяет сделать вывод о нулевой прагматической релевантности заложенного в исследуемом объекте коммуникативного послания, поскольку никакой ценности (культурной, в том числе – художественной, и практической) осуществляемое им намеренное, безосновательное, неспровоцированное и не имеющее оснований оскорбление большой социальной группы (посредством изощренного издевательства над религиозно почитаемой христианами личностью, образом Божьей Матери) иметь не может, и вывод о достаточно полной информативности коммуникативного послания, поскольку коммуникативные намерения адресанта этого коммуникативного послания (автора исследуемого объекта) вполне ясны, четко обнаруживаются и проясняются через выявление и анализ реализованных в исследуемом объекте приёмов.

Проведенное исследование объекта позволяет выделить следующие коммуникативные приёмы, посредством применения которых реализуется негативное психологическое воздействие исследуемого объекта на зрителя и которые обеспечивают направленность воздействия исследуемого объекта на жестокое, сильное унижение человеческого достоинства и на крайне болезненное оскорбление религиозных чувств лиц, исповедующих христианство (независимо от конфессиональной принадлежности):

1. Коммуникативный приём совмещения сакрального с экскрементальным.

Вышеозначенный приём реализован дважды – как в самой композиции исследуемого визуального объекта, включающей, как заявлено, изображение *«кусочков слоновьего дерьма»*, так и в комментарии к нему – в лексической конструкции *«кусочки слоновьего дерьма»*. Семантическое ядро значения (денотат) этого коммуникативного знака является однозначно негативным и оскорбительным.

Допускаем, что у исходного экспоната или изображения мог быть полностью или частично иной комментарий, но это не препятствует рассмотрению процитированного комментария к исследуемому объекту, поскольку подлежит анализу не столько исходный экспонат или исходное изображение, репродукция которого опубликована в данном журнале, сколько совокупность изображения и текстового комментария, размещенного на этой же странице.

Как уже указывалось выше, учитывая культурные стереотипы и ценностные установки в культурах народов Российской Федерации, существующую систему культурных стереотипов и коммуникативных кодов,

обоснованно оценивать приём совмещения сакрального с экскрементальным как характеризующийся наибольшей экспрессивной агрессивностью, как один из наиболее уничижительных приемов, обеспечивающих максимальную эффективность унижения достоинства личности человека.

Выявленное соединение религиозно почитаемого христианами образа Божьей Матери с экскрементальными объектами («кусочки слоновьего дерьма» или что-либо, изображающее это) является в крайней степени жестоким и изощренным уничижительным издевательством над христианами, направленным на достижение интенсивного болезненного оскорбления их религиозных чувств и унижения их человеческого достоинства.

Выявленное соединение религиозно почитаемого христианами образа Божьей Матери с лексической конструкцией, отражающей экскрементальную семантику, по существу – с обценной лексической конструкцией, дает необходимые и достаточные основания говорить о применении в данном случае обценной, крайне оскорбительной лексики в целях крайне жесткого оскорбления, унижения адресата, и позволяет оценить использование этого приёма как усиливающего негативное оскорбительное воздействие исследуемого объекта.

2. Коммуникативный приём совмещения сакрального с низменно-вульгарным, связанным с осуждаемой в христианстве порнографией.

Данный приём реализован дважды: в самой композиции исследуемого визуального объекта, включающей, как заявлено, «*вырезки из порножурналов*», и в комментарии к нему, содержащем лексическую конструкцию «*вырезки из порножурналов*». Семантическое ядро значения (денотат) этого коммуникативного знака является однозначно негативным и оскорбительным.

3. Коммуникативный приём высмеивания внешности.

Автор исследуемого объекта комически и уродливо-гипертрофированно изображает священный для христиан образ Девы Марии, намеренно изображая ее лицо в отталкивающе отвратительном виде.

4. Коммуникативный приём метонимической замены (подмены) одного знака другим. В данном случае этот приём реализуется за счет смыслового увязывания образа Девы Марии, согласно христианскому вероучению, непорочно зачавшей, с крайней сексуальной распущенностью, с порнографией.

Посредством применения этого приёма достигается цель принудительно сформировать в сознании зрителя ложное, кощунственное для христиан представление о сексуальной распущенности Девы Марии (Божьей Матери) и, тем самым, дискредитировать церковное предание о непорочности указанного религиозно почитаемого образа.

Исследуемый объект направлен не только на изощренно издевательское высмеивание образа Божьей Матери, но и на уничижительную девальвацию и принудительную десакрализацию образа Иисуса Христа. Указанный объект, осуществляя дискредитацию образа матери Иисуса Христа, автоматически (через логическую связь) осуществляет кощунственное издевательство над образом Иисуса Христа, так как исследуемый объект метонимически приписывает Иисусу Христу рождение от сексуально распущенной женщины.

Исходя из выявленных и обозначенных выше коммуникативных приёмов, посредством которых осуществляется негативное психологическое воздействие исследуемого объекта на зрителя, обоснованно определить основную коммуникативную цель исследуемого объекта – как состоящую в трансляции и внушении следующих идей-утверждений, в обеспечении их интроекции зрителем (адресатом):

- что образ Божьей Матери сопоставим по ценности и значению с образами сексуально распущенных женщин, принимающих участие в порнографических действиях;

- что образ Божьей Матери сопоставим по ценности и значению с фекалиями животных;

- что христианское предание о непорочном зачатии Девы Марии имеет ничтожное значение.

Посредством применения в исследуемом объекте (его автором) указанных выше приёмов достигаются насильственные внедрение и интроекция в сознании зрителей указанных идей-утверждений, осуществляются сильнейшие психотравмирующие воздействия на зрителя (верующего христианина), индуцируются в его сознании крайне болезненные, разрушительные эмоциональные переживания чувств и состояний жесточайшей оскорбленности и сильнейшей униженности. То есть воздействие исследуемого объекта на зрителя (адресата) вызывает у него переживание очень глубоких нравственных страданий.

Совокупное и одновременное применение обозначенных выше приёмов мультиплицирует (то есть нелинейно, резко увеличивает) общий эффект психологического воздействия, кумулятивно усиливает значительный оскорбительный потенциал, присущий каждому из использованных приемов, тем самым, усиливая общее интегральное унижающее человеческое достоинство верующих психологическое воздействие исследуемого объекта.

Исследуемый объект направлен на уничижительное, издевательское высмеивание религиозно почитаемого христианами образа Божьей Матери и образа Иисуса Христа – объекта религиозного поклонения христиан, десакрализацию и девальвацию этих образов.

Соответственно, такие действия не могут не восприниматься верующими христианами как изощренное и крайне уничижительное издевательство над образом Божьей Матери, как преднамеренное жестокое и изощренное уничижительное издевательство над христианами, направленное на достижение интенсивного болезненного оскорбления их религиозных чувств и унижения их человеческого достоинства, по мотиву ненависти и нетерпимости к ним.

Анализ содержания, направленности и особенностей оформления (внешнего выражения) коммуникативного послания, реализованного в исследуемом объекте, дает необходимые и достаточные основания для вывода о том, что реализована крайне слабая степень кодирования указанного коммуникативного послания по первому, второму и третьему из вышеуказанных приёмов (принимая во внимание текст комментария к исследуемому объекту в журнале, можно констатировать, что не декодируемыми элементами являются *«вырезки из порножурналов»*, а также *«кусочки слоновьего дерьма»*; что касается издевательского приписывания уродливой внешности Деве Марии, то направленность этого элемента коммуникативного послания также совершенно очевидна). Средняя степень кодирования коммуникативного послания реализована в исследуемом объекте посредством использования четвертого приёма.

Анализ особенностей относящегося к данному объекту исследования текста на с. 77 вышеназванного журнала позволяет оценить позицию авторов вышеуказанной статьи и редакции журнала как солидаризирующуюся с коммуникативным намерением адресанта – автора исследуемого объекта.

Вывод по исследованию объекта № 4.

Фотография работы К. Офили «Дева Мария» направлена на крайне жестокое унижение человеческого достоинства верующих христиан, на уничижительное оскорбление их религиозных чувств. Опубликование этой фотографии в указанном журнале является самостоятельным действием, представляющим собой характеризующееся крайней степенью жестокости изощренно уничижительное издевательство над христианами, оскорбление их религиозных чувств и унижение их человеческого достоинства.

Исследование объекта № 5 – фотографии инсталляции Дороты Незнальска «Страсть», 2001 г. (с. 78).

Исследуемый объект – фотография фрагмента инсталляции Д. Незнальска – представляет собой пространственную крестообразную конструкцию (с перекладинами приблизительно равной длины) с наклеенным или проецируемым на его фронтальной поверхности желто-оранжевым изображением части

обнаженного мужского тела с приходящимся на центральную внутреннюю часть креста порнографически натуралистическим изображением мужских гениталий.

Второй частью указанной инсталляции Д. Незнальска является видеоизображение в зеленовато-серых тонах лица и плеч лежащего мужчины, перевернутого вниз головой (видео снято таким образом, что на лицо зритель смотрит сверху вниз, не видя продолжения тела ниже плеч), испытывающего некие сильные эмоциональные или чувственные переживания, о чем свидетельствуют мимические особенности – напряженный лоб, прикрытые глаза, приоткрытый рот. Данная часть инсталляции в настоящем исследовании не рассматривается.

Размещенный над исследуемым объектом на той же с. 78 текстовый комментарий следующего содержания: *«объект в виде греческого креста с наклеенной на него фотографией мужских гениталий»* – разъясняет содержание коммуникативного послания, передаваемого автором исследуемого объекта (адресантом) посредством указанного объекта его зрителям (адресатам). Комментарий совершенно четко поясняет, что речь на фото идет именно о кресте. Это очевидно и без комментария, но этот комментарий исключает основания для возможных иных прочтений.

Оценка исследуемого объекта на информативность заложенного в него коммуникативного послания и на прагматическую релевантность позволяет сделать вывод о нулевой прагматической релевантности заложенного в исследуемом объекте коммуникативного послания, поскольку никакой ценности (культурной, в том числе – художественной, и практической) осуществляемое им намеренное, безосновательное и неспровоцированное оскорбление большой социальной группы (посредством изощренного издевательства над важнейшим религиозным символом) иметь не может, и вывод о достаточно полной информативности коммуникативного послания, поскольку коммуникативные намерения адресанта этого коммуникативного послания (автора исследуемого объекта) вполне ясны, четко обнаруживаются и проясняются через выявление и анализ реализованных в исследуемом объекте приёмов.

Проведенное исследование объекта позволяет выделить следующий коммуникативный приём, посредством применения которого реализуется негативное психологическое воздействие исследуемого объекта на зрителя и который обеспечивает направленность воздействия исследуемого объекта на жестокое, сильное унижение человеческого достоинства и на крайне болезненное оскорбление религиозных чувств лиц, исповедующих христианство (независимо от конфессиональной принадлежности), – приём совмещения сакрального с обценно-генитальным.

Этот приём реализован посредством наклеивания или проецирования изображения мужских гениталий на христианский крест. Семантическое ядро значения (денотат) этого коммуникативного знака является однозначно негативным и оскорбительным.

Учитывая культурные стереотипы и ценностные установки в культурах народов Российской Федерации, существующую систему культурных стереотипов и коммуникативных кодов, обоснованно оценивать приём совмещения сакрального с генитальным как характеризующийся наибольшей экспрессивной агрессивностью, как один из наиболее уничижительных приемов, обеспечивающих максимальную эффективность унижения достоинства личности человека.

Выявленное соединение священного для верующих христиан символа (распятия Иисуса Христа на кресте) с порнографически натуралистическим изображением гениталий, наклеенным или проецируемым на христианский крест, является в крайней степени жестоким и изощренным уничижительным издевательством над христианами, направленным на достижение интенсивного болезненного оскорбления их религиозных чувств и унижения их человеческого достоинства.

Причем значимо даже не столько то, что с христианским крестом совмещается порнографически натуралистическое изображение гениталий, сколько сам факт такого совмещения.

Исходя из выявленного и обозначенного выше коммуникативного приёма, посредством применения которого осуществляется негативное психологическое воздействие исследуемого объекта на зрителя, обоснованно определить основную коммуникативную цель исследуемого объекта – уничижительная девальвация, литотизация и принудительная десакрализация священного для христиан символа – христианского распятия.

Посредством применения в исследуемом объекте (его автором) указанного выше приёма осуществляются сильнейшие психотравмирующие воздействия на зрителя (верующего христианина), индуцируются в его сознании крайне болезненные, разрушительные эмоциональные переживания чувств и состояний жесточайшей оскорбленности и сильнейшей униженности. То есть воздействие исследуемого объекта на зрителя (адресата) вызывает у него переживание очень глубоких нравственных страданий.

Соответственно, такие действия не могут не восприниматься верующими христианами как изощренное и крайне уничижительное издевательство над христианским крестом, как преднамеренное жестокое и изощренное уничижительное издевательство над христианами, направленное на достижение

интенсивного болезненного оскорбления их религиозных чувств и унижения их человеческого достоинства, по мотиву ненависти и нетерпимости к ним.

Анализ содержания, направленности и особенностей оформления (внешнего выражения) коммуникативного послания, реализованного в исследуемом объекте, дает необходимые и достаточные основания для вывода о том, что реализована крайне слабая степень кодирования указанного коммуникативного послания.

Вывод по исследованию объекта № 5.

Фотография инсталляции Д. Незнальска «Страсть» направлена на крайне жестокое унижение человеческого достоинства верующих христиан, на уничижительное оскорбление их религиозных чувств. Опубликование этой фотографии в указанном журнале является самостоятельным действием, представляющим собой характеризующееся крайней степенью жестокости изощренно уничижительное издевательство над христианами, оскорбление их религиозных чувств и унижение их человеческого достоинства.

Исследование объекта № 6 – фотографии скульптуры Теренса Коха «Христос с эрекцией», 2008 г. (с. 79).

Исследуемый объект представляет собой белую скульптуру, изображающую мужчину, одетого в одеяния, характерные для периода примерно 2000 лет назад, с гротескно приделанным к фигуре этого мужчины (приблизительно в области его коленей, чуть выше) эрегированным мужским половым членом гипертрофированного, явно чрезмерного размера.

Размещенный справа от исследуемого объекта на той же с. 79 текстовый комментарий следующего содержания: *«Христос с эрекцией... 74 облитых гипсом фигурки ... персонажей, включая... Христа. Все они были снабжены эрегированными гипсовыми пенисами»* – разъясняет содержание коммуникативного послания, передаваемого автором исследуемого объекта (адресантом) посредством указанного объекта его зрителям (адресатам).

Оценка исследуемого объекта на информативность заложенного в него коммуникативного послания и на прагматическую релевантность позволяет сделать вывод о нулевой прагматической релевантности заложенного в исследуемом объекте коммуникативного послания, поскольку никакой ценности (культурной, в том числе – художественной, и практической) осуществляемое им намеренное, безосновательное, неспровоцированное и не имеющее оснований оскорбление большой социальной группы (посредством изощренного издеательства над образом Иисуса Христа – объекта религиозного поклонения христиан) иметь не может, и вывод о достаточно полной информативности коммуникативного послания, поскольку коммуникативные намерения адресанта

этого коммуникативного послания (автора исследуемого объекта) вполне ясны, четко обнаруживаются и проясняются через выявление реализованного в исследуемом объекте приёма.

Проведенное исследование объекта позволяет выделить следующий коммуникативный приём, посредством применения которого реализуется негативное психологическое воздействие исследуемого объекта на зрителя и который обеспечивает направленность воздействия исследуемого объекта на жестокое, сильное унижение человеческого достоинства и на крайне болезненное оскорбление религиозных чувств лиц, исповедующих христианство (независимо от конфессиональной принадлежности), – приём совмещения сакрального и вульгарно-низменного, в данном случае – обценно генитального. Семантическое ядро значения (денотат) этого коммуникативного знака является однозначно негативным и оскорбительным.

Данный приём реализован посредством присоединения к изображающей Иисуса Христа фигуре (приблизительно в области коленей фигуры, чуть выше) элемента в форме эрегированного мужского полового члена гипертрофированного, явно ненормального размера.

Выявленное соединение образа Иисуса Христа – объекта религиозного поклонения, обладающего высшей религиозной ценностью в христианстве, и элемента в форме натуралистически представленного эрегированного мужского полового члена гипертрофированного, явно чрезмерного размера есть совмещение сакрального с обценно-генитальным, что, учитывая культурные стереотипы и ценностные установки в культурах народов Российской Федерации, существующую систему культурных стереотипов и коммуникативных кодов, обоснованно оценивать как приём, характеризующийся наибольшей экспрессивной агрессивностью, как один из наиболее уничижительных приемов, обеспечивающих максимальную эффективность унижения человеческого достоинства верующих.

При этом значимо даже не столько то, что с образом Иисуса Христа совмещается порнографически натуралистическое изображение гениталий гипертрофированно ненормальных размеров, и не столько то, что указанный элемент присоединен к этой фигуре в районе ее колен (чуть выше), придавая ей гротескность, сколько вообще сам факт такого совмещения.

Исходя из выявленного и обозначенного выше коммуникативного приёма, посредством применения которого осуществляется негативное психологическое воздействие исследуемого объекта на зрителя, обоснованно определить основную коммуникативную цель исследуемого объекта – уничижительная девальвация, литотизация и принудительная десакрализация, уничижительное высмеивание священного для верующих христиан образа Иисуса Христа.

Выявленное соединение священного для верующих христиан образа Иисуса Христа с порнографически натуралистическим изображением гениталий, является в крайней степени жестоким и изощренным издевательством над верующими христианами, оскорблением их религиозных чувств и унижением их человеческого достоинства.

Посредством применения в исследуемом объекте (его автором) указанного выше приёма осуществляются сильнейшие психотравмирующие воздействия на зрителя (верующего христианина), индуцируются в его сознании крайне болезненные, разрушительные эмоциональные переживания чувств и состояний жесточайшей оскорбленности и сильнейшей униженности. То есть воздействие исследуемого объекта на зрителя (адресата) вызывает у него переживание очень глубоких нравственных страданий.

Соответственно, такие действия, не могут не восприниматься верующими христианами как изощренное и крайне уничижительное издевательство над образом Иисуса Христа – объекта религиозного поклонения в христианстве, как преднамеренное жестокое и изощренное уничижительное издевательство над христианами, направленное на достижение интенсивного болезненного оскорбления их религиозных чувств и унижения их человеческого достоинства, по мотиву ненависти и нетерпимости к ним.

Анализ содержания, направленности и особенностей оформления (внешнего выражения) коммуникативного послания, реализованного в исследуемом объекте, дает необходимые и достаточные основания для вывода о том, что реализована крайне слабая степень кодирования указанного коммуникативного послания.

Вывод по исследованию объекта № 6.

Фотография скульптуры Т. Коха «Христос с эрекцией» направлена на крайне жестокое унижение человеческого достоинства верующих христиан, на уничижительное оскорбление их религиозных чувств. Опубликование этой фотографии в указанном журнале является самостоятельным действием, представляющим собой характеризующееся крайней степенью жестокости изощренно уничижительное издевательство над христианами, оскорбление их религиозных чувств и унижение их человеческого достоинства.

Исследование объекта № 7 – фотографии графической работы Дмитрия Пиликина «Я тебя люблю. Но сейчас мне некогда» (с. 75).

Вывод по исследованию объекта № 7.

Исследование фотографии графической работы Д. Пиликина «Я тебя люблю. Но сейчас мне некогда» не выявило достаточных оснований для положительного ответа на вопрос № 1.

Исследование объекта № 8 – фотографии инсталляции Паоло Шмидлина «Мисс Китти», 2007 г. (с. 79).

Исследуемый объект представляет собой скульптуру человека (с головы приблизительно по уровень середины бедер), лицо которого имеет сходство до степени смешения с лицом Папы Римского Бенедикта XVI, главы Римской католической церкви, то есть, по существу, изображает его. Мужчина представлен полуголым, на него надеты только белые трусы с небольшими золотистыми украшениями по бокам, белые женские кружевные чулки и небольшая белая тканевая накидка. То есть он в специфическом, характерном для гомосексуалистов одеянии (если исходить из стереотипов, отраженных в материалах ряда интернет-сайтов, пропагандирующих гомосексуализм). На его голову надет женский белый парик с маленькой женской заколкой для волос. Выражение лица может быть описано как похотливое.

Размещенный под исследуемым объектом на той же с. 79 текстовый комментарий следующего содержания: *«...более чем натуралистическую копию папы Бенедикта с похотливым выражением лица, в белых трусиках и с милой заколочкой...»* – разъясняет содержание коммуникативного послания, передаваемого автором исследуемого объекта (адресантом) посредством указанного объекта его зрителям (адресатам).

Оценка исследуемого объекта на информативность заложенного в него коммуникативного послания и на прагматическую релевантность позволяет сделать вывод о нулевой прагматической релевантности заложенного в исследуемом объекте коммуникативного послания, поскольку никакой ценности (культурной, в том числе – художественной, и практической) осуществляемое им намеренное, безосновательное, неспровоцированное и не имеющее оснований оскорбление большой социальной группы (посредством изощренного издевательства над образом Папы Римского Бенедикта XVI, главы Римской католической церкви, которого почитают верующие католики) иметь не может, и вывод о достаточно полной информативности коммуникативного послания, поскольку коммуникативные намерения адресанта этого коммуникативного послания (автора исследуемого объекта) вполне ясны, четко обнаруживаются и проясняются через выявление и анализ реализованных в исследуемом объекте приёмов.

Проведенное исследование объекта позволяет выделить следующие коммуникативные приёмы, посредством применения которых реализуется негативное психологическое воздействие исследуемого объекта на зрителя и которые обеспечивают направленность воздействия исследуемого объекта на жестокое, сильное унижение человеческого достоинства и на крайне болезненное

оскорбление религиозных чувств лиц, исповедующих католичество, а также и иных, помимо католиков, лиц, выражающих уважение к католичеству и указанной персоне:

1. Коммуникативный приём совмещения сакрального и низменно-вульгарного.

Данный приём реализован посредством того, что автором исследуемого объекта образ Папы Римского Бенедикта XVI, главы Римской католической церкви, совмещен с «гомоэротическим» образом (образом гомосексуалиста-эротомана) в соответствующем одеянии и с соответствующими атрибутами, в соответствующей позе, с глумливо-похотливым выражением лица.

Выявленное соединение религиозно значимого для католиков образа главы Римской католической церкви с указанной «гомоэротической» семантикой является в крайней степени жестоким и изощренным уничижительным издевательством над верующими католиками, направленным на достижение максимально болезненного оскорбления их религиозных чувств и унижения их человеческого достоинства.

2. Коммуникативный приём оскорбительного, дисфорического высмеивания посредством помещения собирательного образа верующих определенной конфессии (в данном случае – католиков) в абсурдную, заведомо оскорбительную ситуацию.

3. Коммуникативный приём наклеивания ярлыка сексуально развращенного и порочного лица, гомосексуалиста.

4. Коммуникативный приём наделения оскорбительной кличкой.

В данном случае Папе Римскому Бенедикту XVI, главе Римской католической церкви, автором исследуемого объекта присвоена кличка «Мисс Китти» с очевидным гомоэротическим подтекстом.

Учитывая культурные стереотипы и ценностные установки в культурах народов Российской Федерации в отношении гомосексуализма, существующую систему культурных стереотипов и коммуникативных кодов, но главное – отрицательное, резко критичное отношение Римской католической церкви к гомосексуализму, обоснованно оценивать указанный приём как характеризующийся наибольшей экспрессивной агрессивностью, как один из действенных уничижительных приёмов, обеспечивающих высокую эффективность унижения человеческого достоинства.

Исходя из выявленных и обозначенных выше коммуникативных приёмов, посредством которых осуществляется негативное воздействие исследуемого объекта на зрителя, обоснованно определить основную коммуникативную цель исследуемого объекта – как состоящую в трансляции и внушении следующих идей-утверждений, в обеспечении их интроекции зрителем (адресатом):

– что образ главы Римской католической церкви Папы Римского по ценности и значению сопоставим с образом гомосексуалиста-эротомана;

– что Папа Римский Бенедикт XVI, глава Римской католической церкви, является сексуально развращенной, порочной личностью, гомосексуалистом-эротоманом;

– что установленный в Римской католической церкви запрет на вступление священнослужителей в сексуальные связи является фиктивным;

– что Римская католическая церковь является «лицемерной» и «безнравственной».

Исследуемый объект направлен на то, чтобы умалить, подорвать авторитет католических священнослужителей, возбудить у зрителей недоверие к ним, сформировать негативное, неприязненное, презрительное, враждебное к ним отношение, навязать ложные оскорбительные образы католического священника и Римской католической церкви в целом, унижить человеческое достоинство верующих католиков по признаку отношения к религии.

Совокупное и одновременное применение обозначенных выше приёмов мультиплицирует (то есть нелинейно, резко увеличивает) общий эффект психологического воздействия, кумулятивно усиливает значительный оскорбительный потенциал, присущий каждому из использованных приемов, тем самым, усиливая общее интегральное унижающее человеческое достоинство верующих католиков психологическое воздействие исследуемого объекта.

Посредством применения в исследуемом объекте (его автором) указанных выше приёмов осуществляются сильнейшие психотравмирующие воздействия на зрителя (верующего католика), индуцируются в его сознании крайне болезненные, разрушительные эмоциональные переживания чувств и состояний жесточайшей оскорбленности и сильнейшей униженности. То есть воздействие исследуемого объекта на зрителя (верующего католика) вызывает у него переживание очень глубоких нравственных страданий.

Соответственно, такие действия не могут не восприниматься верующими католиками как изощренное и крайне уничижительное издевательство над Римской католической церковью, главой и представителем которой и является Папа Римский, как преднамеренное жестокое и изощренное уничижительное издевательство над христианами, направленное на достижение интенсивного болезненного оскорбления их религиозных чувств и унижения их человеческого достоинства, по мотиву ненависти и нетерпимости к ним.

Анализ содержания, направленности и особенностей оформления (внешнего выражения) коммуникативного послания, реализованного в исследуемом объекте, дает необходимые и достаточные основания для вывода о том, что степень кодирования коммуникативного послания гетерогенна

(различается) в зависимости от особенностей каждого из реализуемых в исследуемом объекте приёмов (низкая – по второму и четвертому из обозначенных выше приёмов, средней степени – по первому и третьему приёмам).

Анализ особенностей относящегося к данному объекту исследования текста на с. 79 вышеназванного журнала позволяет оценить позицию авторов вышеуказанной статьи и редакции журнала как солидаризирующуюся с коммуникативным намерением адресанта – автора исследуемого объекта.

Вывод по исследованию объекта № 8.

Фотография инсталляции П. Шмидлина «Мисс Китти» направлена на крайне жестокое унижение человеческого достоинства верующих католиков, на уничижительное оскорбление их религиозных чувств. Опубликование этой фотографии в указанном журнале является самостоятельным действием, представляющим собой характеризующееся крайней степенью жестокости изощренно уничижительное издевательство над католиками, оскорбление их религиозных чувств и унижение их человеческого достоинства.

Ответ на вопрос № 1.

Да. Среди представленных для исследования изображений, опубликованных в выпуске № 4 журнала «Артхроника» за 2010 г., выявлены изображения (№№ 1, 2, 3, 4, 5, 6 и 8 по перечню представленных для исследования материалов), направленные на унижение человеческого достоинства по признаку отношения к религии. Приёмы, посредством которых реализована указанная направленность этих изображений, обозначены в соответствующих разделах настоящего заключения по каждому из указанных объектов.

Да. В тексте выпуска № 4 журнала «Артхроника» за 2010 г. (с. 70–79) выявлены высказывания, позволяющие выявить отношение редакции журнала и (или) автора соответствующей публикации к таким изображениям.

В отношении изображений №№ 1, 2, 3, 4 и 8 по перечню представленных для исследования материалов обнаружены основания, позволяющие оценить позицию автора (авторов) вышеуказанной статьи и редакции журнала как солидаризирующуюся с коммуникативными намерениями адресантов – авторов соответствующих изображений.

Исследование в рамках ответа на вопрос № 2.

Исследование представленных материалов выявило, что указанные изображения размещены в вышеуказанном журнале в виде единой совокупности, объединенной общим концептуальным замыслом. Концептуальный замысел указанной совокупности, а также содержание каждого из представленных

материалов (исключая объект №7) реализуют жестокие оскорбления в адрес верующих христиан (независимо от конфессии), направлены на сильнейшее унижение их человеческого достоинства по признаку отношения к религии.

Анализ этих материалов позволяет сделать вывод, что нет никаких оснований считать представленные материалы сатирическими. Отсутствие сатиры (острой социальной или другой) в представленных на исследование материалах выявлено, исходя из смысла понятия сатиры, согласно которому сатира должна соотноситься с реальными событиями, явлениями, отображать реально существующие недостатки и явления общественной жизни. Сатира – это способ проявления комического в литературе или искусстве, состоящий в уничижительном осмеянии **явлений, которые представляются автору порочными**; злая насмешка, обличение⁷. То есть в основе сатиры **должны содержаться отсылки на реально существующие** явления, факты, действия, которые автор сатиры может считать порочными. Если же в реальности таких фактов, явлений нет, а автор сознательно придумывает несуществующие пороки, то такие действия не имеют отношения к сатире, но могут обладать признаками клеветы или (и) направлены на унижение человеческого достоинства. Однако в смысловой основе и содержании представленных для исследования изображений и комментариев к ним отсутствует предмет сатиры – реально существующие факты, поступки и характеристики конкретных людей или групп лиц.

Для того, чтобы отнести представленные материалы к жанру сатиры отсутствует важнейшее основание – наличие реально существующего предмета высмеивания, осмеяния, так как ничто из вменяемого авторами указанных материалов **как, якобы, присущее** христианской религии и христианам, а также главе Римской католической церкви (пороки или характеристики), не имеет фактического подтверждения в реальности, совершенно не корреспондирует фактам, которые можно было бы использовать, даже с некоторым допустимым преувеличением, чтобы высмеять их. Если что-то негативное, предосудительное, осуждаемое в обществе заведомо ложно приписано человеку, а затем высмеяно, то это высмеивание является частью оскорбления, унижением человеческого достоинства, в ряде случаев – клеветой, но никак не сатирой. Сатирой такое произведение назвать нельзя.

Авторы представленных материалов и редакция вышеуказанного журнала, опубликовавшая эти материалы, перешли далеко за черту, отделяющую собственно сатиру от изощренных и циничных издевательств, крайне болезненных оскорблений, грубого унижения человеческого достоинства.

⁷ Современный толковый словарь русского языка / Автор проекта и гл. ред. докт. филол. наук С.А. Кузнецов / Институт лингвистических исследований РАН. – СПб.: Норинт, 2001. – С. 719–720.

Ответ на вопрос № 2.

Нет. Исследованные изображения, в отношении которых ответ на вопрос № 1 является положительным, а именно №№ 1, 2, 3, 4, 5, 6 и 8 по перечню представленных для исследования материалов, не могут быть обоснованно оценены как реализующие приём сатиры, так как в них не применён прием сатиры.

Доктор юридических наук, член Общественного совета при МВД России, заместитель председателя Комиссии по проблемам безопасности, защиты прав ребенка и других участников образовательного процесса Общественной палаты по образованию в городе Москве, председатель Правления Института государственно-конфессиональных отношений и права И.В. Понкин

Доктор психологических наук, заведующая лабораторией Института психолого-педагогических проблем детства Российской академии образования, профессор Московского государственного психолого-педагогического университета В.В. Абраменкова