

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій  
Кафедра філософії

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач кафедри філософії  
\_\_\_\_\_ Л.Г. Дротянко  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
(Пояснювальна записка)  
здобувача вищої освіти ОС «магістр»  
за спеціальністю 033 «Філософія»

на тему:

КОМУНІКАТИВНІ ПРОЦЕСИ У РЕЛІГІЙНІЙ СФЕРІ (ФІЛОСОФСЬКО-  
ПРИКЛАДНИЙ АСПЕКТ).

Здобувач:

Губарь Оксана Іванівна

Керівник:

к. філос.. н., доц. Скиба О.П.

Нормоконтролер:

к. філос. н., Клешня Г.М.

Київ 2021

# НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій  
Кафедра філософії  
Галузь знань – 03 «Гуманітарні науки»  
Спеціальність – 033 «Філософія»  
Освітньо-професійна програма «Філософія комунікації»

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри філософії  
\_\_\_\_\_ Л. Г. Дротянко  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 р

## ЗАВДАННЯ на виконання кваліфікаційної роботи

Губарь Оксани Іванівни

1. Тема кваліфікаційної роботи «Комунікативні процеси у релігійній сфері (філософсько-прикладний аспект)» затверджена наказом ректора від «12» липня 2021 р. № 1109/ст.
2. Термін виконання роботи: з 13.10.2021 до 31.12. 2021 р.
3. Вихідні дані до роботи: 3.1. Кваліфікаційна робота виконується на матеріалах філософських досліджень, в яких розглядалися особливості комунікативних процесів у релігійній сфері, їх особливості, характерні риси. 3.2 Об'єкт дослідження – комунікативні процеси в релігійній сфері. 3.3. Предмет дослідження – особливості комунікативних процесів у релігійній сфері. 3.4. Мета кваліфікаційної роботи – у здійсненні філософсько-прикладного аналізу і дослідженні особливостей комунікативних процесів у релігійній сфері.
4. Зміст пояснювальної записки: Вступ. Розділ 1. Методологічні засади дослідження комунікативних процесів в релігійній сфері. Розділ 2. Історико-філософський вимір релігійної комунікації. Розділ 3. Особливості релігійної комунікації в інформаційному суспільстві. Висновки. Список використаних джерел.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: презентаційний матеріал до захисту кваліфікаційної роботи.

## 6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Визначення та обґрунтування теми кваліфікаційної роботи	02.09.2021	
2.	Оформлення завдання на виконання кваліфікаційної роботи	08.09.2021	
3.	Визначення об'єкта, предмета, мети, завдань дослідження	15.09.2021	
4.	Підбір, опрацювання та вивчення літератури та джерел з теми дослідження	23.09.2021	
5.	Складання попереднього плану роботи. Узгодження з керівником	29.09.2021	
6.	Написання основної частини, вступу та висновків	07.10.2021	
7.	Оформлення роботи та подання її на перше читання керівникові	10.11.2021	
8.	Опрацювання зауважень та виправлення недоліків	15.11.2021	
9.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	10.12.2021	
10.	Проходження нормоконтролю	10.12.2021	
11.	Подання роботи на перевірку на плагіат	10.12.2021	
12.	Подання роботи на рецензування	13.12.2021	
13.	Подання остаточного варіанта на кафедру	20.12.2021	
14.	Захист роботи	24.12.2021	

## 7. Консультанти з окремих розділів

Розділ	Консультант (посада, П.І.Б.)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв

Дата видачі завдання: «02» вересня 2021 р.

Керівник кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_ О.П. Скиба  
(підпис керівника)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ О.І. Губарь  
(підпис випускника)

## РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Комунікативні процеси у релігійній сфері: філософсько-прикладний аспект»: 94 сторінки, 68 використаних джерел та літератури.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** РЕЛІГІЙНА КОМУНІКАЦІЯ, КОМУНІКАТИВНІ ПРОЦЕСИ, ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНІ СИСТЕМИ, РЕЛІГІЙНИЙ ДИСКУРС, РЕЛІГІЙНІ МАС-МЕДІА.

Об'єкт дослідження – комунікативні процеси в релігійній сфері

Предмет – особливості комунікативних процесів у релігійній сфері.

Мета дослідження у здійсненні філософсько-прикладного аналізу і дослідженні особливостей комунікативних процесів у релігійній сфері

Методи що були використані під час написання роботи:

методи аналізу і синтезу, індукції та дедукції, систематизації та узагальнення, компаративно-аксіологічний метод; було використано також комплексний, системний та феноменологічний підходи; принцип об'єктивності, принцип єдності логічного та історичного, принцип соціокультурного детермінізму.

У кваліфікаційній роботі встановлено

По-перше, виявили, що використання релігійними діячами новітніх мас-медіа у комунікативних процесах позитивно впливає на збільшення кількості віруючих;

По-друге, проповідь як і молитва є різновидом сучасного релігійного дискурсу, для якого характерні інформативність, інтерактивність (можливість взаємного впливу), перцептивність, експресивність та діалогічність.

По-третє, сучасний релігійний дискурс має свої особливості та специфічні риси. У ньому склад учасників значно розширюється і хронотоп виходить за рамки однієї певної конфесії і стає інтегрованим у суспільне життя людей, незалежно від їхнього соціального статусу та релігійної приналежності.

По-четверте, сучасні релігійні мас-медіа надають учасникам комунікативного процесу можливість більш широкої соціальної взаємодії і представляють мінімум відповідальності за представлений контент; вони є відкриті та доступні для всіх релігійних конфесій і забезпечують анонімність.

## ЗМІСТ

ВСТУП	
РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ В РЕЛІГІЙНІЙ СФЕРІ.....	11
1.1 Теоретико методологічні засади дослідження релігійної комунікації.....	11
1.2 Стан наукової розробки проблеми.....	20
Висновки до I розділу.....	34
РОЗДІЛ 2. ІСТОРИКО-ФІЛОСОФСЬКИЙ ВИМІР РЕЛІГІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	36
2.1 Історичний розвиток церковно-богословського красномовства.....	36
2.2 Молитва як основний жанр релігійного дискурсу.....	43
2.2 Дослідження особливостей фідеїстичної мови на прикладі жанру проповіді.....	51
Висновки до II розділу.....	60
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РЕЛІГІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ.....	62
3.1 Особливості становлення релігійного дискурсу .....	62
3.2 Інформаційне суспільство та його вплив на релігійні комунікативні процеси.....	72
Висновки до III розділу.....	82
ВИСНОВКИ.....	84
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	89

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** В останні десятиліття під впливом процесів інформатизації і комп'ютеризації відбуваються складні процеси трансформації, що торкаються багатьох суспільних сфер: політичної, економічної, морально-етичної, правової, освітньої, наукової і, звичайно, релігійної сфери. Відбувається зміна уявлень про світобудову, про характер взаємовідносин у системі «людина-природа», про майбутнє людської цивілізації. Складні процеси суспільних трансформацій викликають зміни у системі комунікацій і змінюють перебіг комунікативних процесів, що стосується і релігійної сфери. Церковні діячі поступово займають гідне місце в системі функціонування сучасних інформаційно-комунікаційних систем. Усі ці зміни представляють для науковців особливий інтерес і вимагають від церковних діячів вміння користуватися новітніми технологічними засобами в процесі комунікації, тобто оволодіти нормами сучасної комунікативної культури. Різноманітні соціальні мережі та відео канали, такі як YouTube, блоги і суспільне Інтернет-телебачення поступово займають своє місце в процесі релігійної комунікації.

Трансформації у релігійних комунікативних процесах викликають зміни у релігійній свідомості, у проповідницькій і просвітницькій діяльності, впливають на вирішення суперечностей у процесі взаємодії з суспільними і науково-освітніми інститутами тощо. Тобто мережа Інтернет все частіше виступає посередником між людьми і релігією, адже вона відкрита для всіх релігійних конфесій і надає мінімальну реальну відповідальність за представлений контент. Тут можна поспілкуватися з іншими віруючими, отримати підтримку і співчуття, яких не вистачає в реальному світі, знайти інформацію про різні конфесії. Зміни у процесах релігійної комунікації торкаються також і паломницького туризму, який в епоху інформатизації і глобалізації, надшвидких масових комунікацій отримує новий вимір. Сьогодні за допомогою Всесвітньої мережі можна здійснити віртуальний тур по святим

місцям, що є особливо актуальним в умовах пандемії коронавірусу Covid-19. Можна бути присутнім онлайн на богослужінні, прочитати чи прослухати проповіді, навіть деякі таїнства іноді проводять онлайн. Хоч більшість традиційних церков останнє категорично засуджує, факт залишається фактом, їх все одно проводять.

Що стосується католицької церкви, то після того, як вона визнала мережу Інтернет скарбницею людських знань, Ватикан, навіть обрав покровителя для мережі, ним став у 1999 р. середньовічний вчений-енциклопедист і святий Ісидор Севільський. Але не тільки традиційні релігії широко використовують засоби мережі, новітні релігії, зокрема, так звані кіберрелігії також ними не нехтують.

Окремі дослідники кіберрелігій (дигітальних релігій), погоджуються в тому, що «віртуальний простір є новий, створений за допомогою комп'ютерних технологій Універсум, в якому можливий такий обмін інформацією, який є недоступним в реальному світі» [47]. Релігійні комунікативні процеси постійно знаходяться у полі уваги науковців, але особливий інтерес переважно викликають серед представників релігійних організацій, у сфері журналістики тощо.

Різноманітність підходів стосовно визначення елементів комунікативного процесу та їх ролі у процесі комунікації стало причиною створення науковцями значної кількості моделей комунікації. Так, у першій половині ХХ століття лінійну модель комунікації створює Г. Лассуел, удосконалює її Д. Бреддок. Значний вплив на створення інтегрованої моделі комунікації здійснили ідеї К. Шеннона, У. Уівера, М. Дефлера.

Ідеї представників комунікативної філософії М. Бубера, К. Ясперса, Ю. Габермаса, К.-О. Апеля, В. Малахова, А. Єрмоленка стають у нагоді при аналізі особливостей масової релігійної комунікації у суспільстві. Особливості становлення сучасного інформаційного суспільства, пов'язані із проблемами інформатизації і глобалізації, роль наукових досягнень у створенні віртуальної реальності досліджуються у роботах Д. Белла, О. Тоффлера, М. Кастельса,



З. Баумана, М. Маклюєна та ін. Увагу аналізу особливостей функціонування релігій на сучасному етапі у своїх роботах приділяють А. Васютина, М. Бабаєва, С. Хоружий, М. Лукіна та ін.. Нові медіа стають невід'ємною частиною релігійних комунікативних процесів, про що у свої роботах згадують Н. Кириллова, Г. Почепцов, К. Журбенко, С. Квіт, С. Филипчук, Ю. Лавриш, М. Петрушкевич тощо.

Особливості релігійної комунікації, її функціонування на двох рівнях, вертикальному і горизонтальному розглядають І. Васильєва, Л. Вороновська, Р. Вязова, В. Марчук, А. Єрмоленко та інші.

**Мета дослідження** полягає у здійсненні філософсько-прикладного аналізу і дослідженні особливостей комунікативних процесів у релігійній сфері

#### **Завдання**

1. уточнити уявлення про сутність релігійної комунікації, її змістовні та функціональні особливості
2. окреслити історико-філософські особливості становлення церковно-богословського красномовства.
3. уточнити особливості дослідити становлення релігійного дискурсу
4. окреслити особливості репрезентації традиційних релігій та неорелігій у віртуальному просторі

**Об'єкт дослідження** – комунікативні процеси в релігійній сфері

**Предмет дослідження** – особливості комунікативних процесів у релігійній сфері.

Для реалізації поставлених завдань було застосовано наступні **методи дослідження**: методи аналізу і синтезу, індукції та дедукції, систематизації та узагальнення, компаративно-аксіологічний метод; було використано також комплексний, системний та феноменологічний підходи; принцип об'єктивності, принцип єдності логічного та історичного, принцип соціокультурного детермінізму.

**Практичне значення** роботи полягає в тому, що матеріали даного дослідження можуть бути використані в освітньому процесі вищої школи,

зокрема під час підготовки навчальних курсів із релігієзнавства, міжкультурної комунікації, релігійної комунікації, а також в обґрунтуванні та розумінні релігійних процесів в Україні.

Особистий внесок. Дипломна робота виконана самостійно. Всі основні результати дослідження належать авторові особисто.

Апробація результатів. Ключові положення кваліфікаційної роботи доповідалися на Науково-практичній міжуніверситетській конференції «Особливості комунікативних процесів у соціальних практиках глобалізованого світу» (26 жовтня 2021 р.) та Всеукраїнських «філософських читань» «Екологічний імператив сучасності у системи людина-природа» (16 листопада 2021 р.).

Публікації. Результати кваліфікаційної роботи оприлюднені в публікації: Скиба О.П, Губарь О.І. Особливості комунікативних процесів у релігійній сфері в інформаційному суспільстві. // Матеріали науково-практичної міжуніверситетської конференції «Особливості комунікативних процесів у соціальних практиках глобалізованого світу». – К.: НАУ, 2021. <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/9112>

**Структура та обсяг дипломної роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел, що налічує 68 найменувань. Загальний обсяг роботи – 94 сторінки.

# РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ В РЕЛІГІЙНІЙ СФЕРІ

## 1.1 Теоретико методологічні засади дослідження релігійної комунікації

В широкому розумінні комунікація – це процес взаємодії принаймні між двома особами спрямований на установлення і розвиток відносин на взаємне пізнання через обмін інформацією. Ефективність комунікації залежить від того, який шлях був обраний для передачі повідомлення. Людина істота не лише біологічна, а і соціальна, тому спілкування протягом усього життя виступає одним із провідних чинників її розвитку. В якості суб'єктів можуть виступати як окремі особи, так і певні групи людей за інтересами, наукові колективи, різні суспільні організації тощо.

Комунікація є багатогранним явищем, а тому, відповідно існують різноманітні підходи до визначення даного поняття, у яких робиться акцент на тих чи інших його сторонах. Так, поняття «комунікація» може розглядатися як:

- мовна взаємодія чи здатність обмінюватися інформацією з використанням різноманітних знаків і символів;
- постійна передача інформації, завдяки чому інформація циркулює і є доступною у певних соціальних сферах, таких як освіта, наука, економіка, політика, релігія тощо;
- процес обміну інформацією з метою забезпечення взаємного впливу один на одного між суб'єктами певної соціальної сфери.

Також виділяють різні види комунікації залежно від ознаки, за якими проводиться класифікація, так, наприклад, залежно від того, які знаки використовуються в процесі комунікації, виділяють вербальну і невербальну комунікацію. Вербальна комунікація відбувається під час спілкування за допомогою слів, природної чи інколи штучної мов. А невербальна комунікація – це коли використовуються усі можливі системи знаків у процесі спілкування,

крім мови. Це може бути використання димових і звукових сигналів, різних прапорців і зображень, жестів, міміки, навіть штучних мов, таких як азбука Морзе.

Також виділяють «усну чи письмову комунікацію», за способом взаємодії називають «безпосередню та опосередковану» (в залежності від того чи використовувалися в комунікативному процесі технічні засоби ); формальну (офіційну, що здійснюється у рамках визначених протоколом) і неформальну (неофіційну), «заплановану та спонтанну комунікацію», а також, у відношенні до засобів комунікації, – поняття «первинної та вторинної комунікації» [37, 48]. Звичайно, наведені вище поняття використовується в першу чергу для характеристики системи наукових комунікацій, але результати даної класифікації можна екстраполювати на особливості перебігу комунікативних процесів у релігійній сфері, як і запозичити для їх дослідження науковий методологічний інструментарій. З видами усної і письмової комунікації все зрозуміло, це в першу чергу мистецтво богословсько-церковного красномовства, яке має давню історію і володіє великим досвідом впливу на різні верстви населення. Серед чудових зразків богословсько-церковного красномовства можна назвати «Слово про закон і благодать» Іларіона (XI ст.), проповіді К. Туровського (XII ст.), С. Полоцького (XVII ст.), Т. Задонського (XVIII ст.), митрополита Московського Платона (XIX ст.), митрополита Крутицького і Коломенського Миколая (XX ст.) тощо.

Що стосується безпосередньої та опосередкованої комунікації, то раніше традиційно вона була представлена богослужіннями і таїнствами, на яких обов'язково потрібно було бути присутнім, проповідями, публікацією різноманітних релігійних текстів. То сьогодні у зв'язку з епідемією коронавірусу Covid-19 можливе проведення богослужінь і навіть таїнств онлайн, що далеко не всі церковні діячі схвалюють. А також все частіше використовуються священниками і проповідниками у релігійних комунікативних практиках соціальні мережі, як новітній інструмент впливу на віруючих, що детальніше розглянемо у III розділі. Саме у соціальних мережах

широко використовуються наступні види комунікації: міжособистісну, групову та масову комунікацію. Тут диференціація понять у класифікації відбувається в залежності від кількості суб'єктів, що беруть участь у комунікативному процесі. Слід також пам'ятати широке використання у соціальних мережах безособистісної комунікації, коли повідомлення адресовано всім і нікому особисто.

У міжособистісній комунікації відправник чітко ідентифікує адресата і повідомлення має особистий характер. Групова комунікація відбувається в межах певної групи людей, які об'єднані спільними інтересами, наприклад, наукового колективу, музичної групи, різноманітні форуми, клуби, релігійні громади тощо. Масова комунікація від (англ. mass communication) –це такий процес комунікації, коли інформація поширюється в суспільстві на велику кількість розосередженої аудиторії за допомогою різноманітних сучасних медіа (преси, радіо, телебачення, кіно, мережі Інтернет) [18]. Тут в першу чергу слід вказати, що потенціал масової комунікації у релігійній сфері в першу чергу реалізується за допомогою саме засобів мережі Інтернет. В першу чергу це соціальні мережі, різноманітні тематичні блоги, мережі різних мікро-блогів, а також розвиток громадського Інтернет-телебачення. Здійснюючи культові обряди, милуючись творами архітектури і живопису, слухаючи духовну музику, спілкуючись одне з одним, люди відчувають почуття належності до спільноти, єдності і підтримки, яких іноді бракує в реальності. Також, не слід забувати, що релігія має свою специфічну систему освіти і підготовки фахівців, яка містить ряд елементів, таких як релігійна свідомість, релігійні відносини і діяльність, релігійні організації і зміни в релігійних комунікативних процесах не могли не вплинути на неї.

Враховуючи багатоаспектність явища комунікації, її вивчають з різних точок зору і вона є об'єктом дослідження семіотики, соціології, психології, риторики, менеджменту, філософії та інших наук. Відомий український дослідник Г. Почепцов розглядає комунікацію з точки зору таких наукових

підходів, які вказують на ті чи інші аспекти комунікації як соціального явища [41].

1. Традиційний підхід розглядає комунікацію у межах:

риторики – науки про мистецтво красномовства, про те, як правильно впливати на інших людей своїм мовленням;

філософії та логіки – ці науки, дали змогу розробити моделі реального спілкування людей;

теорії аргументації – наука, що є, власне, частиною логіки і вчить мистецтву переконувати людей, шукати незаперечні аргументи для відстоювання власної позиції або для спростування тези опонента.

2. Загальнотеоретичний підхід оснований:

на теорії комунікації – науці, що формулює основні теоретичні концепції відносно загальних проблем, що виникають у процесі людського спілкування;

теорії масової комунікації – науці, що описує особливості спілкування з великими масами людей;

семіотиці – науці, що досліджує знакові аспекти комунікації;

теорії міжнародних комунікацій – науці, що об'єктом дослідження яких є такі сфери діяльності людини, як ведення урядових переговорів, переклад як засіб міжнародного спілкування, менеджмент вирішення конфліктних міжнародних ситуацій.

3. Прикладний підхід, що виходить: із психоаналізу – науки, яка розглядає процес комунікації як такий, що дає можливість заглянути у підсвідоме;

ділової комунікації – науки, що вивчає найбільш раціональні способи вирішення ділових проблем;

теорії інформації – науки, що є прикладною математичною наукою;

теорії комунікативних обмінів – науки про тактику і стратегію людської поведінки під час обміну інформацією.

4. Фізіологічний підхід, що сформувався на позиціях:

лінгвістики – науки про мову, вивчає мовні форми, за допомогою яких саме і здійснюється комунікація;

семантики – науки, що вивчає значення мовних одиниць, бо без формалізації семантики неможливе будь-яке комп'ютерне моделювання людського мислення та спілкування, на якому базується комп'ютерна лінгвістика та штучний інтелект;

соціолінгвістики – науки, яка досліджує зв'язок соціальних і мовних структур.

психолінгвістики – науки про еквіваленти нових процесів у психіці;

паралінгвістики – науки про процеси, які супроводжують мовну комунікацію, тобто про невербальні комунікації.

5. Психологічний і соціологічний підходи, що ґрунтуються на результатах досліджень комунікації у:

психології – науці про поведінку окремих осіб чи групи людей;

соціології – науці, що вивчає соціальну структурованість суспільства.

До наведених вище підходів можна додати також управлінський підхід, що спрямований на вивчення комунікації як інструмента управління суспільними процесами [17] і спирається на результати досліджень у галузі: науки з державного управління, що вивчає цілеспрямовані впливи держави на стан і розвиток суспільних процесів і відносин; політології, що вивчає політичні процеси та явища, практику політичного управління.

Таким чином, як, бачимо, для вивчення перебігу процесів різних видів комунікації учені можуть використовувати багатоманітний науковий теоретичний і прикладний інструментарій різноманітних галузей науки. Використання інструментарію і методологічних засобів однієї науки, разом з тим, не виключає використання інструментарію і засобів інших наук, а свідчить лише про можливість використання комплексного і системного підходів. Всі ці підходи можуть бути застосованими для дослідження перебігу комунікаційних процесів в релігійній сфері.

Традиційний підхід у дослідженні релігійних комунікативних процесів можна застосовувати до аналізу церковно-богословського красномовства, яке нараховує давню історію. Тут слід відрізнити проповіді, які проголошують з церковного амвона чи кафедри і які є частиною ритуальної діяльності, і офіційні звернення чи промови, адресовані самим церковним діячам. Для дослідження мистецтва духовного красномовства проповідництва виникає навіть наука про гомілетика.

Загально-теоретичний підхід допоможе дослідити трансформації, що відбуваються в системі релігійних комунікацій під впливом сучасних мас-медіа. Прикладний, психологічний і соціологічний підходи звертає увагу на загальний психологічний стан священнослужителів і віруючих, на мотиви поведінки людей в процесі комунікації. Фізіологічний підхід допоможе розглянути різноманітні мовні і логічні прийоми, що використовуються в церковно-богословському красномовстві.

Сьогодні вчені не можуть прийти до єдиної думки щодо співвідношення понять «спілкування» і комунікація, тому як наслідок виникають такі основні підходи до співвідношення понять:

- ці два поняття вважаються тотожними;
- комунікація є ширше поняття;
- спілкування є ширше поняття

Найчастіше звичайно ці поняття ототожнюють, однак деякі науковці дотримуються протилежної точки зору. До них можна віднести Є. Жаркова, що одним із перших розмежовує ці поняття. На думку вченого комунікація це сфера передавання і приймання інформації, а спілкування має відношення до процесів самоорганізації. Тобто, будь-яка комунікація буде спілкуванням, але не кожне спілкування людей є комунікацією, оскільки проходить без комунікативних зв'язків [20]. Іноді в літературі ці два поняття розглядаються як перехресні, але як такі, що не є синонімами. В залежності від точки зору дослідників і розуміння ними ключових понять, комунікативні процеси будуть виглядати дещо інакше., в тому числі і релігійній сфері.



Одним із ключових моментів у комунікації є саме комунікативний процес.

Комунікативний процес включає в себе обмін інформацією між двома чи більшою кількістю суб'єктів. У ході комунікативного процесу реалізуються наступні функції комунікації: інформативна, управлінська, емоційна (та, що викликає у людини емоції) і фактична (пов'язана зі встановленням контактів).

У комунікативному процесі можна виділити наступні основні елементи [17]:

1. Відправник або адресант – суб'єкт, (в якості якого може виступати окрема особа, соціальна група, чи суспільний інститут тощо), який генерує ідею і передає інформацію визначеному чи невизначеному одержувачу. Саме відправник вирішує якій цільовій аудиторії, яку саме інформацію чи ідеї передавати, які комунікативні канали використати. В якості відправника у релігійній комунікації може виступати священник, проповідник, блогер, офіційний представник релігійної конфесії, вчений-релігієзнавець тощо.

2. Кодування – це процес перетворення інформації у знаки та символи (звуки, мову, жести зображення, тощо), а також форму, придатну для трансляції певними комунікативними каналами. Так, наприклад, відеозвернення звернення папи Римського на цифрові носії і викладається в мережі, де бажаючі можуть його перешпглянути. Також на певних сайтах викладаються тексти проповідей, інтерв'ю офіційні документи, тощо. На даному етапі інформація перетворюється в повідомлення і важливо, щоб аудиторія змогла правильно декодувати (інтерпретувати) повідомлення.

3. Повідомлення – інформація закодована певним чином, яку сторонній суб'єкт не здатен зрозуміти і декодувати. Так, наприклад, той хто не знає італійської, не зрозуміє відеоповідомлення на цій мові. Правильно використовувати у повідомленнях і розуміти релігійну символіку також потрібно вміти.

4. Комунікативні канали – це природні та штучно створені комунікативні засоби, які допомагають спрямувати сигнал від відправника до одержувача.

Залежно від характеру повідомлення потрібно обирати найбільш оптимальний варіант комунікативного каналу, хоча їх можна використати і кілька. Так звернення можна передати по радіо, записати на відео і розмістити у мережі на сайті, влаштувати трансляцію на мітингу через гучномовці, перекодувати і подати у вигляді тексту для публікації у газеті чи журналі.

5. Шум (комунікативні бар'єри) – це різні природні та штучні перешкоди, що можуть впливати на всі елементи комунікативного процесу і заважати йому. До шуму можна віднести бар'єри техніко-технологічного характеру і соціокультурного. Так, людина може не почути відеозвернення чи телефонний дзвінок через технічні неполадки, або може просто вимкнути приймач.

6. Декодування – це процес, під час якого одержувач отриманий сигнал повідомлення перетворює (декодує) на повідомлення шляхом належної інтерпретації знаків і символів, за допомогою яких була закодована інформація.

7. Одержувач або адресат – особа або група людей, яка одержує повідомлення та декодує його його. За певних умов одержувач проявляє бажання відправити адресанту відгук.

8. Зворотний зв'язок – це анка комунікації, призначенням якої є передача зворотнього повідомлення-відгуку одержувача відправнику з метою уточнення інформації, підтвердження факту отримання, інформування про свою реакцію на зміст повідомлення. Для зворотнього зв'язку можуть бути використані ті самі канали, за якими надійшло пряме повідомлення або інші. Так, якщо той чи інший релігійний діяч проводить чи то проповідь, чи лекцію в інтерактивному режимі, зворотній зв'язок можливий шляхом трансляції на тому ж каналі інтерв'ю зі слухачами. Якщо ж звернення записане на відео, то зворотній зв'язок здійснюється шляхом лайків, дизлайків, коментарів, постів, перепостів тощо. Учасники комунікативного процесу можуть опублвкувати свої відгуки у соціальних мережах.

Іноді деякі із зазначених елементів комунікативного процесу по-різному об'єднуються і компонуються, у зв'язку з чим ученими розробляється велика кількість моделей комунікації.

Початок цим дослідженням поклав американський науковець Г Лассуел, що I першій половині XX століття розробив і опублікував так звану лінійна модель комунікації [2]. Вона включала такі наступні елементи: джерело (хто?) – повідомлення (що повідомляє?) – засіб зв'язку (який канал використали?) – адресат (кому?) – ефективність (з яким результатом?). Не заперечуючи корисності цієї моделі, учені відмічають, що вона дещо спрощує дійсність. Тому пізніше К. Шеннон та В. Вівер розв'язуючи прикладні завдання вдосконалюють її. Модель комунікації Шеннона – Вівера. Називає наступні складові комунікативного процесу: джерело інформації, повідомлення, перетворювач сигналу (здійснював кодування та декодування інформації), одержувач сигналу, кінцева мета. А також передбачили вплив шуму, на сигнал і процес декодування. Пізніше М. Дефлер доповнив модель комунікативного процесу петлею зворотного зв'язку.

Отже, інтегрована модель комунікації ґрунтується більшою мірою на моделях К. Шеннона, В. Вівера та М. Дефлера і демонструє взаємозв'язок основних елементів і процедур комунікативного процесу. Таким чином також можна сформувати комплексне системне уявлення «про перебіг комунікативного процесу як нерозривного поєднання прямого та зворотного зв'язку, що забезпечує завершеність комунікативного циклу та ефективний обмін повідомленнями між суб'єктами комунікації» [17]. Тобто, можна зробити висновок, що дана модель досить вдало показує умови здійснення ефективної комунікації, в тому числі і в релігійній сфері.

Комунікація може виникнути між людьми, якщо наявні хоча б двоє суб'єктів спілкування. Але на шляху процесу комунікації можуть виникати перешкоди, що її ускладнюють, ці перешкоди називають комунікативні бар'єри

Зміст поняття «комунікативний бар'єр», від французького («*barriere*» – перешкода) розглядається в працях таких науковців: Т. Базарова, В. Галигіна, Л. Новикова, М. Подимов, та ін..

Бар'єри можуть бути семантичні – оскільки слова в повсякденному житті можуть мати різні значення для різних людей. Так, наприклад, цифра «4» у

Китаї звучить майже так само як і слово «смерть»: «чотири» – 四 Sì, «смерть» – 死亡 Sǐwáng. Навіть різне написання не допомагає, китайці бояться цифру «4», як і жителі деяких інших країн східної Азії, так як ми боїмося число 13. Цей страх досить поширений, тому у Китаї не буває поверхів і будинків з номером, що закінчується на цифру 4, бо що навряд чи знайдеться хто-небудь, що захоче там жити. а номер мобільного з четвірками коштує набагато дешевше, ніж інші номери. Існує навіть спеціальна назва цього страху тетрафобія.

Невербальні перешкоди (погляди, усмішки, вираз обличчя, постава, поза, інтонація тощо) як і семантичні бар'єри при наявності культурних відмінностей при обміні невербальною інформацією можуть стати причиною для нерозуміння. Так, наприклад, якщо Ви отримали від японця візитну картку, то потрібно прочитати її відразу. Якщо покласти її до кишені непрочитаною, тим самим людина повідомить, що японця вважають людиною, що не заслуговує на увагу. Також причиною непорозуміння може виступати поганий зворотній зв'язок та невміння слухати. Отже, труднощі у процесі комунікації можуть виникати через різний рівень у учасників освіти і виховання (міжособистісні бар'єри); відмінності у життєвому досвіді чи належність комунікантів до різних вікових груп (індивідуальні бар'єри), належність до різних етнічних культур, релігійних конфесій (соціально-культурні бар'єри) тощо.

## **1.2 Стан розробки проблеми**

У сучасну епоху новітні технології є причиною багатьох змін у різних сферах життя суспільства. Оскільки «створення і використання якісно нового віртуального інформаційного середовища дозволяє удосконалити механізми управління суспільними процесами, підвищити рівень життя суспільства, забезпечити умови для творчого всебічного розвитку особистості. Технології присутні у професійній діяльності та побуті, є одним із факторів розвитку суспільства, що здійснює суттєвий вплив на зміну ціннісних орієнтирів, норм і ідеалів культури» [49, с. 105 ]. Отже, віртуальна реальність поступово підкорює людину, трансформує традиційну систему цінностей та ідеалів. Сьогодні важко

виявити ту сферу життя суспільства, в якій люди не користуються новітніми засобами спілкування. Релігійна сфера не є винятком, тому виникає необхідність у дослідженні трансформацій, що стануть наслідком застосування новітніх технологій, як засобів комунікації.

Власне релігійну модель комунікації одним із перших запропонував Д. Кареем, її часто називають ритуальною і основне завдання комунікації за нею – об'єднувати учасників у спільноти (на рівні підсвідомості), спираючись при цьому на те, що так робили завжди раніше (а отже, – це правильно).

Ще одна, модель релігійної комунікації, на думку В. Різуна, близька до нашого розуміння масової комунікації як «різновиду суспільно-культурної діяльності, спрямованої на єднання людей» [42]. Модель, як бачимо, тісно пов'язана з поняттями віри, спільноти, гурту, братерства тощо. А оскільки релігійна комунікація переслідує мету підтримки єдності і уніфікації, то це не стільки передавання інформації, скільки презентація спільних морально-етичних цінностей. Саме тому вона має давню історію і існує дотепер.

У релігійному комунікативному процесі повідомлення дуже часто «приховані й двозначні, вони залежать від архетипних асоціацій та символів, що вже наявні в культурі певної інтерпретативної спільноти і пов'язані зі спілкуванням у формі обряду, церемонії, розважального дійства етнографічно-ігрового чи догматично-релігійного характеру» [31, с. 105]. Тому, перш за все слід з'ясувати, чим же відрізняється комунікація, яка відбувалася і, напевно, відбувається в різних формах архаїки і спробуємо в наступному розділі дати характеристику тим елементам із яких складається релігійний дискурс.

Також слід приділити увагу роботам М. МакЛюена, що досліджував комунікаційні канали як важливі елементи комунікаційного ланцюга. Особливу увагу він приділяв домінуванню засобів комунікації над її змістом, особливостям функціонування різних мас медіа, які створюють ілюзію демократичності і посилюють можливості для маніпуляції [19, с. 70]. Багато науковців вважали, що це перебільшує роль мас-медіа у соціокультурних процесах.

Соціально-культурну комунікацію часто розглядають як набір різних варіантів діалогу виробників масової культури та інформації і тих, хто є споживачами цієї продукції. Основна полеміка розвивається у наступних рамках: масова культура та засоби масової комунікації нав'язують примітивні інтелектуальні і морально-етичні цінності. Загалом, проблема медіа-культури і раніше досить часто виступала об'єктом дослідження філософської наукової думки. Вплив інформаційних технологій, наукового теоретичного знання та інформації на розвиток медіа-культури у свій час досліджували такі відомі учені, як ХХ ст. як Д. Белл, О. Тофлер, М. Кастельс, Г.М. Маклюен, Ж. Бодріяр, Г. Маркузе, Т. Адорно, Ч. Пірс, М. Хоркхаймер та ін.

На дослідження різнопланових проблем функціонування мас-медіа, їх вплив на формування смаків людини у інформаційному суспільстві звертають увагу Н. Кириллова, Г. Почепцов, К. Журбенко, С. Квіт та ін.

Одночасно, не потрібно забувати, що рівень розвитку сучасних засобів масової комунікації та специфіка їх всебічного впливу на особистість доводять, що медіа – один із факторів практичної реалізації теорії «діалогу культур», розробка якої була почата М. Бахтіним, що стверджував: «Бути – означає спілкуватися діалогічно. Бути – значить бути для іншого і через нього для себе» [6, с. 270-312]. Тобто, людина розкривається в людині, підкреслює учений, лише через взаємодію, діалог з іншими. Розробляти теорію «діалогу культур» продовжили Ю. Лотман, В. Біблер та інші дослідники.

Якщо підвести підсумки, то у першому контексті зміст поняття «діалог культур» розкривається через культурно-історичну взаємодію етносів, спрямовану на згоду між ними. До того ж як фактор соціальної комунікації, ця взаємодія засвідчує множину історичних форм вирішення територіальних, економічних чи етноконфесійних суперечностей між народами (тимчасовими локальними конфліктами, насильницьким військовим шляхом чи методом переговорів. Відмітимо, що саме метод переговорів можна розглядати як варіант вияву діалогу культур при розв'язанні міжетнічних конфліктів, адже

взаєморозуміння, стабілізує суспільні процеси і створює умови для розвитку культурних чинників регламентації комунікативної взаємодії [30, с. 107-108].

У другому випадку мова йде про більш вузький смисл поняття «діалог культур», де увага зосереджується на структурно-функціональному статусі окремих елементів діалогу культур, які концентруються навколо певних сфер культури за такими ознаками: прагматична, лінгвістична, семантична. Має місце прагматична мета виживання культури народів, практична доцільність засвоєння елементів «чужої» культури, що веде до взаємозбагачення культур, досягнення взаєморозуміння. Саме ці ознаки, на думку А. Козак, розкривають механізм соціальної ідентифікації, що забезпечує розуміння можливих результатів комунікації, в даному випадку – діалогу: зміни у знаннях, настановах і мотивах поведінки, у поведінці (діях) партнерів [30, с. 107-108]. А досягнення взаєморозуміння як умови діалогу розкриває імовірнісні варіанти витлумачення мотивів поведінки комунікантів та роль культурних факторів у вирішенні питань, пов'язаних із необхідністю досягнення порозуміння, та успіху.

Крізь призму вищесказаного цілком прийнятним вважається тлумачення діалогу культур як комунікативної дії, що орієнтована на взаєморозуміння, досягається в інтерактивній взаємодії і передбачає відновлення культури, а також – особистісних якостей людини [62].

М. Петрушкевич називає дванадцять основних характеристик медіа-культури, які мають вплив на релігійні комунікативні процеси, хоча на нашу думку, можна залишити три основних [38].

1) Інформація виступає однією з основних цінностей сучасної медіа-культури. Процеси інформатизації і комп'ютеризації стають основою для створення нових комунікаційних технологій, а люди все частіше всі проблеми розглядають як проблеми незнання. Особливо це стосується релігійних комунікативних процесів і релігійних мас-медіа, які все частіше за основну причину низької духовності видають небажання людей отримувати релігійний досвід і набувати знання про якусь конкретну релігію. Відповідно свою мету

релігійні засоби масової комунікації вбачають у необхідності найшвидшого розповсюдження саме релігійної інформації, а не поглиблення духовного спілкування. Можливо, саме тому традиційні релігії не поспішають використовувати у своїй діяльності новітні технології, хоч певні кроки в цьому напрямку вже зроблені.

2) Мас-медіа стають потужним інструментом впливу на суспільство. Поступово стає неможливим самотійне духовне життя людини, яка б не була включена в комунікативні і інформаційні потоки сучасного суспільства. Підключення сучасних інформаційних технологій до процесу управління думками дає можливість маніпулювати великою кількістю людей, цілими народами. Новітні засоби комунікації стають головним інструментом впливу на сучасне суспільство і основним засобом здійснення політичних стратегій правлячих кіл. Інформаційні технології отримують можливість масово створювати подібну людину за загальними «лекалами», і її масовість стає неминучою і природною. Адже загальний інформаційний простір сучасного суспільства – це цілісна система комунікацій, що включає в себе сферу розваг, управління, освіти, науки, економіки, релігії тощо і структурована за соціально значущими векторами, що відображають пріоритетні цінності суспільства, а точніше, його керуючої групи.

3) дефіцит живого спілкування – парадокс сучасної ситуації, коли існує величезна маса контактів через різноманітні медіа і паралельно з цим є дефіцит безпосереднього живого спілкування як психологічна і соціокультурна проблема. Подібна ситуація починає прослідковуватися і у релігійній сфері, коли віруючі все частіше надають перевагу опосередкованій комунікації.

Останнім часом все частіше у своїх роботах учені приділяють увагу дослідженню особливостей комунікативних процесів у релігійній сфері, однак це питання і на сьогодні має велику кількість недосліджених аспектів. Так українські науковці частіше за все звертаються до аналізу і дослідження християнських мас-медіа в мережі Інтернет. Тут можна згадати хоча б дослідження С. Филипчук, Ю. Лавриш та інших. В даному випадку учені під



новими мас-медіа в першу чергу розуміють електронні журнали, тобто відносять сюди електронні аналоги друкованих засобів масової інформації, а також електронні релігійні видання [56].

Загальну інформацію про релігійну комунікацію в Інтернеті та діяльність нових медіа розглядає О. Дарморіз. У своїй роботі автор визначає сутнісні характеристики мережі та окреслює її вплив на формування людської особистості та соціальної спільноти. Досліджує також віртуальний простір як новий соціокультурний простір і фактор трансформації релігійності сучасної людини. З'ясовує характерні риси та способи комунікації у віртуальному світі, виявляє головні особливості існування людини та перебігу комунікативних процесів у релігійній сфері в мережевій спільноті [16]. Про нові форми релігійної Інтернет-комунікації говорить ряд інших науковців, але вони також здебільшого торкаються у дослідженнях на християнського контексту. Іншим релігіям дослідники приділяють набагато менше уваги.

Але менша кількість досліджень зовсім не означає, що тільки традиційні релігії широко користуються засобами мережі Інтернет, окремі новітні релігії, зокрема, так звані кіберрелігії також не нехтують ними. На думку, Я. Чекан «Релігія в віртуальному світі перетворюється на Кіберрелігію – релігійну формацію, що виникає та існує на основі комп'ютерних технологій як наслідок інтелектуальної діяльності. У кіберрелігії комп'ютерні технології наділяються статусом цінностей, якостями священних об'єктів і атрибутами божественних сутностей. Таким чином віртуальна реальність оголошується вищою реальністю, надцінним інобуття, домінуючим над світом людських можливостей» [58]. Тобто, більшість учених, що досліджують кіберрелігії (чи то дигітальні релігії), погоджуються в тому, що віртуальний простір представляє собою новий, створений за допомогою інформаційних і комп'ютерних технологій Універсум, в якому можливий такий обмін інформацією, що є недоступним в реальному світі.

Проблематику відношень понять «релігія і кіберпростір», активно розробляли учені Копенгагенського університету під керівництвом

М. Хейсгаарда та М. Варбург, і вона включає в себе такі аспекти як релігійний досвід створюється в мережі Інтернет, як впливають на формування віри фактори безмежного вибору, відсутності релігійних авторитетів та конфлікти між визнаними і невизнаними формами богослужіння, та як зберегти в мережі релігійну ідентичність тощо [68]. З появою новітніх комунікаційних систем церква отримала нові засоби для виконання своєї місії. С.Д. О'Леарі, вивчаючи функціонування кіберрелігії, проголошує: «Комп'ютерне опосередковане спілкування предсталає собою зсув, порівняний із величиною до революції Гутенберга» [65, с. 781]. А в іншій своїй праці вчений підкреслює, що друкарський верстат, в якості якого виступає сьогодні мережа Інтернет, свого часу був переконливою ознакою настання біблійних «останніх днів», а сьогодні є «інструментом для завершення божественного плану. ... Комп'ютерні технології можуть насправду принести месіанські чудеса» [66, с. 44].

Нові медіа допомагають доносити інформацію до більш широкої аудиторії, сприяють діалогу і спілкуванню віруючих, зміцненню їх. Так, в католицизмі все ширше визнають необхідність використання нових інтерактивних медіа у діалозі із сучасними людьми, що живуть у світі комп'ютерів.

У своєму зверненні Папа Франциск закликає віруючих більш широко використовувати новітні засоби масової інформації і новітні технології. «Церква повинна бути у світі новітніх комунікацій для того, щоб мати можливість вести діалог з як можна ширшою аудиторією людей і допомагати їм прийти до Христа..., передати іншим людям красу Бога» [40]. Тобто, зміни в комунікативних процесах та інформаційних медіа є викликом для католицької церкви, гідна відповідь на який сприятиме збільшенню кількості послідовників і їх взаєморозумінню.

Православна конфесія також поступово визнає, що сучасні засоби масової інформації є тим інструментом у сучасному світі, що допоможе церкві здійснювати свою місію [22, с. 232]. З року в рік і у світі, і на Україні збільшується кількість користувачів мережі Інтернет. Збільшується також час,

який люди проводять у мережі, особливо за останні роки, що пов'язано в першу чергу з епідемією коронавірусу. Отже, завдяки новітнім медіа: сайтам, соціальним мережам, блогам, соціальні комунікації отримали нові можливості і перспективи, що в свою чергу знаходить відображення і у релігійних комунікативних процесах.

Е. Тоффлер у одній із своїх робіт «Метаморфози влади», обгрутовуючи концепцію інформаційного суспільства і аналізуючи відносини засобів масової інформації з економікою, релігією, наукою тощо, відмічає, що нові медіа володіють наступними характеристиками: мобільність, інтерактивність, можливість зворотнього зв'язку та глобалізація [53, с. 439]. Ці ознаки повністю видозмінюють не лише зміст і форму наших повідомлень, але й стиль мислення, світогляд і поведінку сучасної людини, що стосується і сфери релігійних комунікацій.

Сучасні науковці часто використовують поряд з терміном «нові медіа» терміни «електронні медіа» чи «новітні мас медіа». Проаналізувавши роботи дослідників медіа Н. Зражевська визначає нові медіа як «інтерактивні електронні видання й нові форми комунікації виробників контенту зі споживачам» [24, с. 70]. Тобто, цей термін фактично позначає процес розвитку інформаційних технологій і комунікацій у галузі засобів масової інформації. І звичайно, поява інтерактивних релігійних електронних видань також викликає зміни у комунікативних процесах. Адже, по-перше, ознайомитися з текстом проповіді зможе набагато більша кількість людей, по-друге, висловити своє відношення через лайки (дизлайки), коментарі, задати запитання і отримати відповіді тощо.

Д. Матісон звертає увагу на істотну відмінність новітніх медіа в мережі Інтернет від друкованих і аудіовізуальних засобів масової інформації. В першу чергу, відмічає учений, це взаємовідносини, що формуються «між творцем та споживачами тексту. Онлайн-медіа формують величезний, безмежний простір із практично безкінечною кількістю видів дискурсу» [32]. Отже новітні мас медіа впливають на становлення сучасного дискурсу, в тому числі і релігійного.

Релігія як частина культури є певною мірою досить консервативною. Її стандарти, норми, цінності, традиції, культ і ритуали не змінюються протягом тривалого часу. Таким чином релігійний дискурс закріплює, зберігає і відтворює основні канони релігії у символічно-когнітивній формі, задає рамки формування особистого релігійного досвіду людини відповідно до релігійних норм, освіти, виховання і світоглядних орієнтирів сьогодення.

Згідно даних одного з останніх соціологічних опитувань, на Україні за кількістю найбільше електронних засобів масової інформації мають православні, друге місце займають католики, третє місце посідає протестантська конфесія. [23]. Проте, слід пам'ятати, що у цьому опитуванні не відображається кількість блогів, тематичних груп у соціальних мережах, каналів громадського телебачення тощо. Також багато конфесій мають в мережі свої веб-сторінки, які містять інформацію та аналітику. Так, наприклад це Релігійно-інформаційна служба України ([risu.org.ua](http://risu.org.ua)), православний сайт Синодального інформаційно-просвітницького відділу УПЦ МП (<http://festzmi.org>), інтернет-сторінка УГКЦ ([ugcc.ua](http://ugcc.ua)) тощо. Хоча, якщо розглядати використання нових медіа християнськими конфесіями у світових масштабах, то картина виглядатиме дещо інакше.

Провівши аналіз більшості новітніх мас медіа, якими користуються християнські конфесії України, можна прийти до висновку, що вони мають подібну структуру і на думку С. Филипчук включають наступні елементи:

«офіційна церковна інформація, суспільно-релігійний новинний контекст України і світу, посилання (каталог) на інші християнські ресурси, головні напрями роботи місцевої церкви (соціальний, освітній, дитячий, молодіжний, сімейний, паломницьке служіння тощо), бібліотека (текстова, відео-, аудіо-), документи церкви, богословські джерела, мапа єпархій (храмів, монастирів, місій, громадських релігійних організацій тощо), блоги тощо» [56]. Тобто, якщо розглядати комунікативний процес у релігійній сфері з точки зору позицій комунікантів, то він представляє собою процес, у якому один із учасників виступає як носій сакрального знання і як наставник по відношенню до другого

учасника. При цьому носії сакрального знання володіють загально визнаним авторитетом, оскільки відіграють роль посередника між релігійною спільнотою і вищою силою, що визнається часто бездоганною основою для авторитетності думок і дій. Тому, авторитетність релігійних новин і офіційної церковної інформації підтримується не лише досвідом, освітою індивіда, а і певною позицією – духовним саном, ієрархія яких свідчить про об'єм відповідальності за прийняті у відношенні релігійної спільноти рішення.

Якщо підсумувати напрацювання українських учених в аспекті дослідження функцій новітніх мас-медіа у релігійній сфері, то можна назвати наступні два види функцій:

1. Медійні. До них відносяться інформаційна, комунікаційна (зовнішня і внутрішня комунікація), ціннісно-регулювальна, рекреативна, а також політична, яку можна вважати умовно медійною. Дослідженням медійних функцій займалися Л. Филипович, С. Машкова, К. Лученко, А. Горбаченко та інші.

2. Конфесійні. До них відносяться місіонерство, євангелізація, прозетилізм, катехізація, координація служінь церкви, апологетична. До конфесійних також можна включити передачу релігійної інформації, що стосується конфесійної діяльності, яка відбувається за межами віртуального простору і згуртування віруючих через формування відповідного інформаційного поля. На особливості конфесійних функцій у своїх роботах звернули увагу М. Менікоччі, К. Лученко, А. Горбаченко, О. Добродум, М. Хойсгаард та інші [29, с. 30].

Водночас окремі дослідники практичних медіа виділяють усього три види функцій нових медіа: зовнішня комунікація (можливість презентувати себе широкій аудиторії сучасного світу), внутрішня комунікація (діалог у межах церковної спільноти та релігійної конфесії) та діалог із суспільством (можливість через деякі точки дотику пізнати світогляд сучасної людини і дати відповідь на нього християнськими посланнями) [4, с. 34].

Тут наявність авторитетності релігійних висловлювань у процесі комунікації свідчить про існування двох аспектів релігійного дискурсу. З одного боку релігійний дискурс спрямований на збереження і передачу накопиченого релігійною спільнотою досвіду, з іншого – досягнення і трансляцію емоційного досвіду і переживань, яких не можна досягнути розумом. Комунікативний підхід розглядає релігійний дискурс як такий, що направлений на передавання релігійного знання, а тому історично виробляються стійкі механізми трансляції знання, які в сучасну епоху дещо трансформуються. З точки зору соціології релігійний дискурс орієнтований на відтворення релігійних організацій згідно з канонами, закріпленими в сакральних текстах. Обидві точки зору вказують на зв'язок способів передачі знання з ритуальністю релігійного дискурсу. Слід також пам'ятати, що процес релігійної комунікації володіє деякою театральністю, тобто комуніканти мають уявлення про жорсткі рамки своїх комунікативних ролей і виконують їх. Театральність релігійних комунікативних процесів залежить від вибору комунікативного каналу і супроводжується певним емоційним залученням учасників комунікації.

Л. Давсон у своїй роботі, досліджуючи особливості релігійних комунікативних процесів в кібер-просторі, проголошує, що комунікація за допомогою комп'ютерних технологій у мережі є за своєю суттю явищем соціальним. А інтерактивність цього виду комунікації залучає людей до життя у соціальних мережах та пов'язує їх з новим виміром соціальності. Мережа Інтернет, на відміну від інших засобів комунікації, здатна забезпечити інтерактивність спілкування [63, с. 31]. Що стосується християнських конфесій України, то інтерактивність нових мас-медіа представлена різновекторним діалогом. І хоч окремі прихильники традиційних засобів комунікації у релігійній сфері стверджують, «православ'я нетехнологічне», кількість нових мас-медіа у православної конфесії поступово зростає, що свідчить про неминучість віртуалізації. Отже, мережа Інтернет може бути місцем проведення різноманітних дискусій, яким не знайшлося місця у їхніх релігійних спільнотах. Цей майданчик дозволяє порушити наболілу тему, вести діалог, допомагає

пережити людям відчуття підтримки і єдності, зрозуміти, що вони не самотні у своїх переживаннях і духовних пошуках.

В епоху глобалізації і інформатизації людство зустрілося з новим видом спілкування, яке має певні особливості, адже відбувається у віртуальному світі. У суперечці віч-на-віч діють правила «хорошого тону», вона підпорядковується традиційній культурі спілкування, містить як вербальні так і невербальні складові. Для ведення віртуальної суперечки спочатку не існувало правил і їх довелося розробляти. На численних форумах, у коментарях, у блогах учасники комунікації обмінюються словесними повідомленнями, але невербальна складова комунікації залишається «за кадром». Комуніканти не чують інтонації співрозмовників, не бачать міміки і жестів, тому часто повідомлення може доходити до адресата викривленим і бути інтерпретованим негативно. Іноді співрозмовники багато разів уточнюють, що саме мали на увазі, а буває все починає зводитися до особистих образ.

Так чи ні, але дотримання правил ведення віртуальної суперечки значно полегшує процес комунікації. Навіть існує спеціальний термін «троль» для учасника комунікативного процесу, мета якого не висловити свою точку зору, а образити інших учасників, зіпсувати їм настрій, спровокувати конфлікт, перешкодити обговоренню проблеми тощо. Частіше всього «троль» намагається справити яскраве враження і при цьому не важливо взагалі, яким воно буде, позитивним чи негативним, головне привернути увагу до себе і виділитися з маси.

При розробці правил ведення віртуальної суперечки, скористалися правилами ведення полеміки, що мають тривалу історію. Зокрема модератори вимагають від учасників суперечки не переходити на особисті образи, ставитися з повагою до співрозмовника, не принижувати його і пам'ятати, якщо людина не збирається вести суперечку дотримуючись правил, то мабуть ми маємо справу з тролем. Те саме стосується і полеміки у релігійній сфері, щоб вона велася в рамках морально-етичних норм християнства, модератори доповнюють традиціну низку правил деякими уточненнями, яких потрібно

дотримуватися: недопускати нетолерантних та дискримінаційних висловлювань, не зачіпати політичних тем, поважати почуття віруючих усіх конфесій, не ображати служителів незалежно від їх конфесійної належності, не використовувати в якості ніків прізвища церковних діячів і їх фотографії в якості аватарок тощо [55].

Останнім часом служителі різних конфесій під час процесів як зовнішньої так і внутрішньої комунікації все частіше в якості комунікативного каналу обирають засоби Інтернет-середовища, в якості яких виступають новітні мас-медіа. Як відмічали вище, у своїй діяльності християнські мас-медіа гармонійно поєднують виконання конфесійних та медійних функцій. Різні блоги на релігійну тематику, форуми, групи-спільноти в соціальних мережах – це приклад використання новітніх медіа різними християнськими конфесіями. Ці нові медіа трансформують процес комунікації у релігійній сфері, забезпечують його інтерактивність і діалогічність, адже участь у ньому приймають не лише представники церковних прес-служб, а і прості віруючі, а також усі користувачі, яких цікавлять духовні питання.

Мережа Інтернет в інформаційному суспільстві стає домінантним засобом комунікації, приходячи на зміну друкованим виданням і значно полегшуючи можливість пошуку інформації для людини. Сьогодні у багатьох сферах суспільного життя його можливості використовують на професійному рівні, у тому числі релігійна сфера, яка застосовує його для пошуку і трансляції інформації, збереження і передачі релігійного досвіду, у місіонерській та просвітницькій діяльності. З метою розширення контингенту віруючих, як традиційні, так і новітні релігійні конфесії відкривають сайти храмів, церков, монастирів тощо, а також сайти різноманітних релігійних видань, газет чи журналів, громадське Інтернет-телебачення тощо. Мережа міцно входить у сферу релігійних комунікацій, про що свідчить поява і широке поширення онлайн-трансляцій богослужінь, конференцій на богословську тематику, тематичні форуми для віруючих різних соціальних та вікових категорій, блоги священників тощо. Отже, у ставленні до «всесвітньої павутини» християнські



церкви проходять довгий шлях еволюції поглядів: від різкого неприйняття до обрання для неї святого покровителя. Враховуючи, що значна частина людей у світі спілкується у кіберпросторі, користуючись засобами мережі Інтернет, церкви також почали використовувати цей засіб в релігійних комунікативних процесах.

## Висновки до першого розділу

1. Комунікація – це складний процес, що є важливою формою активності людини, без якої є неможливими мисленнєва, пізнавальна і практична діяльність. Комунікація включає в себе обмін інформацією між суб'єктами комунікативного процесу, на основі якого людина приймає рішення і повідомляє його іншим. У комунікативному процесі виділяють чотири основні елементи, це: відправник, повідомлення, комунікативний канал і одержувач. До етапів комунікативного процесу відносять: зародження ідеї, кодування і вибір комунікативного каналу, передачу, декодування, зворотний зв'язок, а також «шум». Серед причин неефективної передачі інформації можна назвати відсутність зворотнього зв'язку, спотворення інформації, перевантаження комунікативних каналів через занадто великий потік інформації тощо.

Ефективність прийнятих рішень, продуктивність діяльності людини залежить від особливостей перебігу комунікативного процесу та від рівня комунікативних навичок людини. Також причиною неефективної комунікації є різні види комунікативних бар'єрів – перешкод, що заважають ефективному спілкуванню. Серед яких виділяють такі основні бар'єри: змістовні, індивідуально-психологічні, соціально-культурні, міжособистісні, організаційні, економічні, географічні та часові.

Розрізняють два основні види комунікації: організаційну та міжособистісну. Серед організаційного виду комунікації виділяють зовнішню (надання інформації про організацію та представлення її широкій аудиторії) і внутрішню (у середині релігійної спільноти). Також можна назвати «усну та письмову комунікацію», а за способом взаємодії виділяють «безпосередню чи опосередковану» (в залежності від того чи користувалися процесі комунікації технічними засобами); формальну (офіційну, що здійснюється у рамках визначених протоколом) і неформальну (неофіційну), «заплановану та спонтанну комунікацію», а також, у відношенні до засобів комунікації, – поняття «первинної та вторинної комунікації».

Глибоко аналізуючи комунікативні процеси у релігійній сфері як на рівні особи так і організації, звернули увагу на випадки неефективної комунікації і способи уникнення конфліктів при веденні суперечок на релігійну тематику. У сучасному світі процес спілкування у релігійній сфері спирається на функції комунікації, серед яких слід виділити інформаційну (представлення інформації широкій аудиторії), інтерактивну (можливість взаємного впливу і зворотнього зв'язку), перцептивну (особливість сприйняття інформації в залежності від рівня освіти, виховання морально-етичних орієнтирів), експресивну (пов'язану з можливістю переживання відчуття єдності, підтримки того, чого часто не вистачає в реальному світі).

## РОЗДІЛ 2. ІСТОРИКО-ФІЛОСОФСЬКИЙ ВИМІР РЕЛІГІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

### 2.1 Історичний розвиток церковно-богословського красномовства

Мистецтво красномовства (іноді вживається термін ораторське мистецтво, риторика). зародилося у Стародавній Греції у V століття до н.е.. Засновником вважається філософ і поет Емпедокл, що славився своїми промовами і школою красномовства. На думку Аристотеля, саме Емпедокл майстерно володів метафорою і є винахідником риторики. Однак, Емпедокл не залишив жодної роботи з ораторського мистецтва, хоч і ввів у вжиток кілька риторичних прийомів, які згодом використав Горгій Леонтійський. Відомий римський учитель риторики Марк Фабій Квінтіліан стверджував, що першими авторами книг з ораторського мистецтва можна вважати саме сицилійців Коракса і Тися, а вже потім Горгій.

Інтерес до ораторського мистецтва в Стародавній Греції був не випадковим, а соціально зумовленим. Основними причинами виникнення грецької риторики стали [52]:

- соціально-політичний устрій, при якому багато рішень приймалися народними зборами, на яких кожен громадянин мав право висловити свою думку (так виникло політичне красномовство);

- особливості судової системи, коли кожна зі сторін позову виступала в суді самостійно (обвинувачений захищався сам, а прокурором міг стати хто завгодно), отже, потрібно було вміти говорити переконливо і аргументовано;

- розвиток літератури, любов до гарного, виразного мовлення;

- поява панегіриків (хвалебних промов);

- вивчення риторики поряд з граматиною та логікою, що входили до програми вищого ступеня освіти, що було справою престижу

- специфіка риторики, у якій бачили засіб виховання моральності молоді, оскільки оратор, на думку греків, є високоморальною людиною.

У момент виникнення термін «риторика» розумівся лише у прямому значенні: мистецтво усного публічного виступу, мистецтво красномовства. Вивченням та викладанням основ мистецтва красномовства займалися софісти (від грец. σοφιστής – мудрець).

Саме вони розробили прийоми аргументації і мовні техніки, що дозволяють оратору досягти максимального впливу на слухачів. Софісти приділяли увагу прийомам, які допомагали отримати перемогу в полеміці за всяку ціну. Таким чином, відбулося зміщення акценту з пошуку істини та її доказу у бік мистецтва застосування різних хитрощів. Використання в мові софізмів (хитрощів), навмисно допущених помилок, з метою видати хибу за істину, отримало назву «софістика» і з часом набуло негативного акценту. Паралельно з софістикою розвивалася антична форма діалектики – мистецтво суперечки, засноване на пошуку істини за допомогою законів логіки. У його основі знаходилися Сократ, Платон, Аристотель, які виступали з гострою критикою софістів. Саме Аристотель дав одне з найбільш відомих визначень риторики: «Риторика – мистецтво шукати всеможливі способи переконання відносно будь-якого предмета», слідом за за Платоном пов'язавши розвиток мистецтва красномовства з логікою. Римська риторика розвивалася під впливом грецької, але якщо в основі давньогрецької риторики лежала філософія, то римський варіант красномовства базувався на стилістиці. Це призвело до формування двох стилів:

- аттичного, що відрізняється простотою, низьким ступенем емоційності, відстороненістю оратора (Гай Юлій Цезар);

- азіанського, що характеризується нарочитою манерністю, яскравістю, театральністю та розрахований на ефект (Гай Светоній Транквілл).

Після падіння грецької демократії роль політичного красномовства знизилася і на перше місце вийшло урочисте красномовство. Політичне красномовство не зникло, але змінилося відповідно до політичного устрою держави. Так, стиль Цицерона був синтезом обох стилів. Почало розвиватися

так зване громадянське красномовство, метою якого стало формування суспільної думки.

В епоху раннього християнства до античної риторики зверталися щоб покращити техніку мови, щоб отримувати більш ефективні результати при проповідуванні християнського віровчення. В той же час, були випадки, що іноді риторику, як науку язичницьку, повністю не сприймали. Ситуація, що історично склалася ситуація, сприяла виникненню і розвитку гомілетики (бесіда) – мистецтву складання проповідей та апологетики (захист) – доказ істинності християнських догматів.

На Русі історія духовного (церковно-богословського) красномовства починається після того, як князь Володимир Великий у 988 р. охрестив Русь. Вже в ораторській промові Київської Русі виділяють два підвиди: красномовство дидактичне або вчительське, яке переслідувало цілі моральної настанови, виховання, і панегіричне, або урочисте, яке присвячене знаменним церковним датам або державним подіям.

Отже, як бачимо, церковне красномовство як особливий вид ораторського мистецтва веде своє походження з красномовства античного, оскільки серед перших християнських проповідників апостольського періоду були особи, які пройшли систематичну школу у грецьких і латинських риторів. Поширюючи нову релігію серед культурних язичників, які вимагали від усякого оратора розуміння застосовувати до своїх промов правила античного красномовства, перші представники церковно-суспільної проповіді повинні були користуватися тими ж прийомами ораторського мистецтва, які були вироблені в період античності.

До самого кінця XVII ст. закони церковного красномовства були частиною шкільної риторики, що займалася, переважно, зовнішньою стороною проповідей, рекомендувала компілятивний спосіб їх складання із зазначенням джерел тощо. Лише наприкінці XVII ст. західні і російські проповідники починають робити відмінність між церковним красномовством і світським.

На початку XVIII ст. викладач риторики І. Богомолівський, який отримав освіту в польських і німецьких школах, написав роботу з гомілетики, де вперше духовне красномовство суворо відокремлювалося від світського.

Правда, Ф. Прокопович, богослов, математик, філософ, словом універсальний вчений, відмітив, що перевага церковно-богословського красномовства перед світським повинно виражатися в скромності, обачності і побожності проповідника, в тому, щоб він «не як трибун сходив на кафедру, а як смиренний служитель Євангелія».

Але І. Богомолівський пішов ще далі і вчив, що характерні риси, які відрізняють духовне красномовство від інших видів ораторства, випливають із самої природи християнської проповіді, в силу якої вона є не тільки ораторським словом, а й виконанням релігійного служіння, покладеного Спасителем на апостолів та їхніх наступників [43]. Проповідник повинен не тільки навчати добру, але і зачіпати серця людей, будити в них добрі почуття і такі чином вести їх до чесноти, до вічного спасіння.

Звичайно, всі ці правила, які були формульовані в керівництвах тільки в пізній час, на практиці існували набагато раніше. Для християнських проповідей II і III ст. були вже притаманні деякі специфічні риси, які відрізняли їх від красномовства світського. Такого характеру були слова і бесіди Климента Александрійського, Тертуліана, Іларія, Кіпріана, Діонісія, Іоанна Дамаскіна та ін.

У IV ст. Церковне красномовство досягає блискучого свого періоду: Іоан Златоуст, Григорій Богослов і Василь Великий залишили непідбивні зразки проповідей, в яких християнські риси – переконлива величавість і висока міць нової релігії – гармоніюють з ясністю виразів і високохудожнім стилем язичницьких ораторів. Отець Василя Великого був ритором; крім того, майбутній проповідник слухав багатьох вчителів красномовства в «обителі наук» IV ст., Афінах, вивчаючи філософію, діалектику, астрономію і медицину. Тим не менш, друг його, Ліваній, знаходив у проповідях Василя Великого новий, саме християнський елемент, якого не

було в красномовстві язичницькому: своїм мистецтвом складання бесід, за словами Ліванія, Василь Великий довів, що «марно звеличується Платонова мудрість і Демосфенова стрімкість».

Після IV ст. починається занепад церковного красномовства. Перші пам'ятники слов'янського церковного красномовства знаходяться під сильним впливом візантійського стилю. У своїх словах і бесідах проповідники часів болгарського царя Симеона – Костянтин, Климент та інші – наслідували візантійців і у формі, і в змісті; в їх творіннях важко було відшукати якісь типові слов'янські риси: ті ж риторичні прийоми, та ж відокремленість від запитів сучасного життя, та ж штучність в архітектоніці промов.

Те саме можна сказати і про давньоруське церковне красномовство. Монгольський період розвитку духовного красномовства налічує кількох талановитих проповідників, у творчості яких простежується безсумнівний вплив візантійського слилю, це зокрема Іларіон, Нестор, Феодосій, Нікіфор, Кирило Туровський та інші. Більша або менша присутність чисто-візантійських рис у творах давньоруських проповідників довгий час була критерієм для відзначення високої якості їхніх проповідей. Саме в цей час складається риторичний ідеал, який включає наступні особливості [1]:

- повага до мудрої мови;
- словесна майстерність;
- моральність, лагідність та смирення;
- бесіда з гідним;
- емоційність.

У XVI – XVII ст.. на зміну гомілетиці приходять ораторика (переконання) і розвивається полеміка, церковна та світська. В XVII ст. виходить перший підручник з риторики, або «червонослів'я» митрополита Макарія. У своїй праці Макарій роглянув існуючі види промов, звернув увагу на їх стиль. Внесок у розвиток ораторського мистецтва вносять також протопоп Авакум, Сімеон Полоцький та ін.



Деякі критики вимагали від проповідників публіцистики, шукали їхніх проповідях відповіді на злободенні теми, які-небудь національні риси тощо. До числа їх належить Є. Голубінський, який відмовляє Кирилу Туровському та іншим представникам церковного красномовства в будь-яких перевагах і бачить у них лише один риторизм пізнього візантійського складу. Він засуджує в давньоруському Церковному красномовстві панування холодної риторики, бездушний набір гучних фраз і риторичних фігур. Звідси Є. Голубинський робив висновки щодо завдань усього давньоруського Церковне красномовства, які склалися, на його думку, в ускладненні уяви і слуху затейливими, але ні до чого не служать картинами, гучними, але нічого не говорящими фразами: «Красномовне церковне красномовство перетворилося на швидкоплинну словесну забаву, яка не має подальшого сенсу».

Проте знайшлися ті, хто виступив на захист Кирила Туровського та інших. Архієпископ Антоній (О. Павлінський) відзначив особливу популярність таких саме творів церковного красномовства, в яких «плетіння словес» малося на увазі для привернення уваги слухачів, для задоволення їх естетичних потреб і релігійної допитливості. Помилка Є. Голубинського складалася, на думку архієпископа Антонія в нерозумінні завдань церковно-богословського красномовства, що лежать у сфері творів словесності і представляє особливий літературний тип, зі спеціальними завданнями і цілями, що підпорядковуються своїм власним законам внутрішнього розвитку і творчості.

У цей час виходять роботи Стефана Яворського, Андрія Білобоцького та інших. Феофан Прокопович називає риторику «королевою душі», зводячи її в ранг найважливіших мистецтв. У 1747 виходить «Коротке керівництво до красномовства» М. Ломоносова, завдяки якому риторика стає мистецтвом світським і доступним багатьом, про що свідчить поява друкованої «Дитячої риторики» в кінці XVIII ст..

Але вже з середини XIX століття можна говорити про занепад ораторського мистецтва, оскільки літературні критики оголосили йому війну, яку очолив В. Белінський [52]. У XX столітті мистецтво красномовства

відроджується, але довгий час воно є прерогативою політики, журналістики, засобів масової інформації та реклами. Лише в кінці ХХ століття та в перші десятиліття ХХІ можна говорити про відродження мистецтва богословсько-церковного красномовства. Більш детально особливості сучасного релігійного дискурсу розглянемо в ІІІ розділі.

Церковне красномовство є результатом релігійної екзальтації, безпосереднього і живого ентузіазму, настільки характерних для проповідей перших століть, або ж плодом спокійної логічної рефлексії, діяльності розважливо-діалектичної. Властиві духовному красномовству художні засоби залишаються незмінними на всьому просторі християнської проповіді і вони складаються з таких елементів:

1) повторення та єдиний початок; психологія цього прийому заснована на тому, що, повторюючи одне і те ж слово або комплекс слів, що починають собою ряд фраз, проповідник приковує цим увагу слухачів; заспокоюючи їх напругу повторенням добре вже знайомих виразів, проповідник змушує слухачів вдумуватися в іншу частину фрази і цим досягає сильного враження.

2) антитеза, або протиставлення двох подій (наприклад, Старого і Нового Завіту), двох типів (позитивного і негативного), двох понять (язичницького і християнського) або ж кількох парних груп думок;

3) звернення до особи або образу, яка викликала в проповіднику почуття захоплення, благоговіння або обурення, гніву;

4) вигукування, що перериває спокійне оповідання проповідника з приводу особливо чудових фактів, позитивних або негативних;

5) гімнологічна форма мови, як дія благодаті, непідробного пафосу або ж як підробка під релігійний екстаз; оповідний тон мови переходить у богослужбову піснеспіву, акафіст, церковний гімн;

6) порівняння та уподібнення живих осіб явищам і предметам видимої природи; досить часті також порівняння негативні, звичайні в народній поезії;

7) епітети постійні та прикрашаючі;

8) стежки та фігури, метафори, уособлення, гіперболи, замовчування тощо і, нарешті;

9) музикальність мови, коли можна простежити в деяких місцях проповіді не тільки ритм, а й риму. Такі зовнішні вимоги церковного красномовства старого і почасти нового часу; що ж стосується внутрішньої сторони церковного красномовства, то вона визначається гомілетикою, спеціальною наукою, що займається вивченням духовного красномовства, мистецтвом християнського церковного проповідництва.

Мистецтво богословсько-церковного красномовства сьогодні отримує новий вимір, адже у релігійній сфері використання новітніх мас-медіа в якості засобів комунікації, допомагає релігійним конфесіям розширити ореол свого впливу, а інтерактивність забезпечує зворотній зв'язок з віруючими. З іншого відбувається спрощення і «десакралізація» релігійних практик. Сучасна людина опиняється в умовах супермаркету в тому числі і в духовній сфері, де серед представлених релігійних спільнот і конфесій можна вибрати найбільш зручні, ті, що найбільш яскраво представлені в мережі і мають свою сайти, блоги, форуми тощо.

## **2.2 Молитва як основний жанр релігійного дискурсу**

Своєрідність фідеїстичних текстів (релігійних повчань, що ставлять віру над розумом) полягає в тому, що вони містять знаки (слова, словесні формули, висловлювання тощо), яким у комунікації віруючих приписуються ті чи інші трансцендентні властивості – такі, як магичні здібності; «неземне» – божественне або, навпаки, демонічне, пекельне походження; святість або навпаки, гріховність) тощо. Існують певні особливості, які відрізняють фідеїстичне спілкування від будь-якого іншого.

По-перше, фідеїстичне слово включене в найважливіші, нерідко критичні ситуації в житті віруючої людини. Щоденна повторюваність молитви, звичайно, не знімає особливої значущості цих хвилин для душі віруючого,

оскільки психологічно молитва або обряд виділені з повсякденного кругообігу турбот людини, тому для віруючого це особливий час.

По-друге, особливий драматизм і напруженість у комунікації, що включає фідеїстичне слово, пов'язані з тим, що людина якоюсь мірою звертається до вищих сил, які у всьому її перевершують, зазвичай невидимі і не пізнані до кінця. Фідеїстична комунікація протистоїть земному, «міжлюдському» спілкуванню [9] – не тільки побутовому, а й службовому, офіційному, святковому, хоч, зрозуміло, відчуває їх вплив і так само впливає на них.

Фідеїстичні тексти мають певні жанрові особливості [5]. Для них характерна більш висока (ніж у побутовій мові) формально-смилова організованість, «вибудованість», майстерність. Цим обумовлені такі загальні риси фідеїстичної поезики, як звукові повтори різних видів (анаграми, звукоподібання, алітерації, метрична впорядкованість, рифма); семантичний паралелізм і образність (іносказливість, метафоричність, символізм); принципова наявність «темних» виразів (в тій чи іншій мірі незрозумілих слухачам, а іноді і виконавцям), з чим іноді пов'язана значна архаїчність сакральної мови і загальна «таємничість» фідеїстичного слова, його передбачувана смислова невичерпність, і, головне, принципова протиставленість «звичайній» мові.

Для багатьох фідеїстичних текстів (в першу чергу таких, як змова, молитва, церковна служба) характерна висока ступінь клішованості: вони не породжуються кожен раз заново, але відтворюються в якості готових словесних творів (з невеликими варіаціями, зазвичай композиційно передбачуваними), існуючих в пам'яті соціуму в якості стійких знаків з заданими функціями. Спільною рисою всіх усних фідеїстичних жанрів є їх тісний зв'язок з невербальною комунікацією, адже фідеїстичне слово народжувалося як вербальна частина ритуалу, і воно, природно, зберігає цю близькість. Достатньо вказати на такі семіотично значущі рухи, як поклони, споруджені до неба очі і руки, певні пози молящихся, особливі жести благословення, в деяких

християнських обрядах – хресне знамення, обмивання рук священником, ритуальне цілування руки тощо.

З найдавніших часів і почасти до наших днів фідеїстичне слово вимовлялося особливим чином: змови шепотіли, гімни співали, молитви смиренно підносили, прокляття вигукували; ворожіння, шаманські камлання іноді виконувалися особливим «чревовіщання». Так, тексти Писання в православному храмі досі читаються в особливій виспівно-речитативній манері. Отже, своєрідність фідеїстичної комунікації обумовлює деякі подібні риси в тих мовних творах (усних і письмових), в яких така комунікація реалізується. Це дозволяє бачити в конфесійно-релігійних текстах певну «наджанрову» спільність.

Жанри «віщого» слова:

Первинні (тобто не складні і не гібридні) жанри фідеїстичного спілкування можуть бути систематизовані за їх переважаючою модальністю [5]. Загальна модальна спрямованість висловлювання знаходить свій вираз у ряді обов'язкових для таких текстів смислових компонентів.

Модальність (від лат. «modus» – міра, спосіб, правило) – категорія мислення, що виражає ставлення мовця до змісту висловлювання [50]. Модальні значення – це значення можливості, бажаності, допустимості, необхідності, наказання, заборони, впевненості та ін. У граматиці модальні значення виражаються в першу чергу за допомогою дієслівних нахилів, в лексиці – за допомогою таких слів, як можна, не можна, треба, зобов'язаний, необхідно, хочу, повинен, мабуть, звичайно і ін.

«Прохання-побажання» (в широкому сенсі – з різною часткою категоричності або наполегливості волевиявлення, з відмінностями в обіцянці того, що буде дано або зроблено «в обмін» на виконання необхідного або просимого). Це змови, закляття, заклинання, виклики мертвих, благословення, прокляття, церковні прокляття (анафема), екзорцизм (вигнання злих духів), деякі види молитов.

«Обіцянки» (з характерною наявністю у своєму складі дієслів, саме вживання яких означає вчинення відповідної інтелектуальної дії: клянусь, обіцяю, присягаю). Такі клятва, обітниця, присяга.

«Передбачення», що характеризуються імовірною (гіпотетичною) модальністю: ворожба, ворожіння, волхвування, пророцтво, віщування, есхатологічні бачення тощо.

«Славословія» – усе жанрово-комунікативне розмаїття хвалебних молитв і фідеїстичної гімнографії. Такі тексти зазвичай містять, по-перше, звеличуючі характеристики Бога (його могутності, мудрості, справедливості тощо) і, по-друге, спеціальні формули вихваляння – такі, як вигук Алілуя (стародавньо-єврейськ. «Вихваляйте Господа!») у низці псалмів Старого Завіту і в Одкровенні Івана Богослова [7], заключна частина в православній молитві «Отче наш», «... бо Твоє Царство, і сила, і слава вічні» тощо..

Існував також спеціальний жанр полемічних творів проти єретиків, відданих анафемі – анафематизми. Анафема (греч. «anathema – відставлене, відлучене) – у християнстві обряд відлучення від церкви єретиків і грішників, що не розкаялися. Особливе місце в середньовічній Європі мав екзорцизм (лат. «exorcizo» – ритуал вигнання бісів, від грецького «exorizo» – «висилати за кордон, виганяти») – вигнання нечистої сили, злих духів з одержимого за допомогою молитов, спеціальних заклинань і магічних дій.

Комунікативній установці жанру Одкровення відповідають початкові та або фінальні формули такі як «Так говорив такий-то Бог». Саме цю жанрово-стилістичну особливість Одкровення використовував Ф. Ніцше: його філософсько-романтичний трактат «Так казав Заратустра», що має підзаголовок «Символічна поема», написаний у формі Одкровення – ніби від імені легендарного пророка давніх «вогнепоклонників» Заратустри [35]. В основній частині книги кожна глава, написана ритмічною прозою, у якій багато метафор та афоризмів і закінчується рефреном: «Так говорив Заратустра».

Молитва це один із способів спілкування з Богом. Це можливість, довірити Йому свої проблеми і потреби. У Біблії сказано: «не маєте, бо не просите.

Просите і не отримуєте, бо просите не на добро, а щоб вжити для ваших жадань (Якова 4: 2-3) [7]. Також, Біблія акцентує увагу на присутності віри в молитві. Ісус сказав: «І все, чого не попросить в молитві з вірою, отримайте».

Ф. Хайлер – один з найбільших німецьких дослідників релігії першої половини ХХ століття, наприклад, дотримується думки, що молитви народжуються у хвилини сильних душевних потрясінь і є частиною внутрішнього досвіду людини, проявом її глибоких переживань, настроїв, почуттів [44]. Нагадаємо, що учений дотримується ідеї історичного розвитку молитви від первинної примітивної форми до двох вершин –містичної і пророчої.

Базовими почуттями, що сформували примітивну молитву, він називає страх, бажання, подяку. Страх породжений важкими умовами життя і небезпеками, що оточували людину на зорі її розвитку, бажання диктуються її природою і фактично є похідними від його егоїстичного «Я», подяка виступає природною відповіддю на благодіяння, отримані при зверненні до богів, правда, форми подяки можуть бути різними. Такі умови молитви формують і особливий образ Бога в розумі того, хто молиться.

Представник архаїчних культур бачить «свого бога таким же жадібним до володіння і отримання задоволень егоїстом, як він сам» сподівається здобути його прихильність пропонуючи корисні або цінні предмети. До образу егоїстичного бога звертаються молитви, покликані в тому числі грати на його почуттях, тим самим полегшуючи отримання віруючим просимого. Таким чином, очевидно, що в аналізі першого типу молитви Ф. Хайлер використовує психологічну мову.

Другий тип молитви, ритуальна, хоча за основним прагненням і є засобом зв'язку зі Святим, а джерелом його служить нумінозний об'єкт, але за формою має суто психологічне походження. Якщо змістовно молитва визначається її внутрішньою спрямованістю, то її поява в людині почесній культурі, як і її технічні аспекти (жести, пози, системи дій), пов'язана з відображеннями в уяві людини навколишнього її реальності не тільки трансцендентної, але і буденної.

Справа в тому, що молитва будується із зовнішніх дій, які не були дані людині згори.

Згідно з Ф. Хайлером, ці зовнішні дії того, хто молиться, є копією ліжок, слів, поз, адресованих рабом пану, підданам царю, дітьми батькам, які люблять кохану тощо. Іншими словами, ритуальна форма молитви є перенесення на Бога системи жестів, що виражають підлегле становище одних людей по відношенню до інших. У ритуальній молитві спостерігається охолодження внутрішнього психологічного настрою. Форма стає фіксованою, що дає можливість підходити до молитви поверхово, без внутрішнього почуття.

Коли Ф. Хайлер описує третій тип молитви, молитву культури античності, то і тут важливим фактором класифікації є внутрішні переживання того, хто молиться. У Греції та Римі на вираження почуттів, емоційні вигуки і дії було накладено суворо заборону, тому основною характеристикою молитви в цих культурах буде її помірність і аскетичність в емоційному плані.

Але, основне питання, яке треба поставити: чи є молитва комунікацією? Згідно з моделлю комунікації Г.-Д. Лассвела, яку вважають класичною, зв'язки є лінійні [2]. Чи є вони лінійні в молитві? Безсумнівно, так. Навіть якщо релігія має політичний характер, молитва спрямована лінійно від того, хто молиться до божеств, або до Бога. Наявність комунікатора безсумнівно, оскільки будь-яка молитва суворо персоніфікована. Звичайно, існує таке явище як загальна молитва, однак же в такому випадку в якості комуніканта виступає колектив тих, хто молиться (цікаво, що не кожна окрема людина, але все суспільство як один загальний комунікант).

Що є в молитві повідомленням? На це питання не так просто відповісти, як здається на перший погляд. Адже молитви багато в чому схожі, а деякі є певним набором семантичних одиниць, причому суворо визначених. Чи не була повідомленням тільки перша молитва, а всі інші – лише звернення без сенсу, тільки канал? Насправді ні, оскільки комунікант надає молитві кожен раз свій власний відтінок, емоційний або який-небудь інший. Є одна особливість, оскільки молитва спрямована до особи, яка «відповідає» за весь світ, кожна



молитва щоразу несе на собі відбиток певного моменту часу, хоча й спрямована до особи, яка перебуває поза часом.

Враховуючи вкрай специфічну природу одержувача, який знаходиться поза часом і поза простором (а в розвинених, авраамічних релігіях це саме так), то в каналі немає ніякої необхідності, він знаходиться у виродженій формі, подібно до того, як коло (вироджений еліпс) містить насправді два фокуси, що лежать в одній точці. Так ось відстань між фокусами – довжина каналу, а у молитві вони знаходяться у одному місці, і в один час.

Чи є ефект від молитв? Більш того, мова йде про наявність позитивного зворотного зв'язку, оскільки який би не був ефект молитов (дощ не пішов, рани не залікувалися) молитви, звернені до Бога продовжаться, Effect в його широкому трактуванні присутній. Виходить, що навіть згідно антропоцентричної моделі, якою є модель Г.-Д. Лассвела, молитва, звернена до недосяжного, є комунікацією. Модель Р. Якобсона носить очевидно функціональний характер, у ній беруть участь адресат та адресант, який відправляє повідомлення, створене за допомогою коду. Контекст у цій моделі пов'язаний зі змістом повідомлення, з інформацією, що передають. Поняття «контакт» охоплює регулятивний аспект комунікації [2, с. 18]. В ідеальній ситуації у процесі комунікації спрацьовують усі фактори, реальна комунікація може ставити на перше місце один з них, в той же час не втрачаючи решти. В соціолінгвістиці, соціології комунікації і теорії комунікації ця модель застосовується для аналізу комунікативних процесів.

Що є контекстом молитви? На наш погляд, контекстом молитви є дві речі: людина і сама молитва. Так, контекстом у широкому сенсі є людина, як носій інформації причому не тільки створеної, але і тієї, яка буде створена, і навіть тієї, що не створена і створена бути не може, а контекстом у вузькому сенсі – сама молитва, як цілісна інформаційна система, до якої будь-яке додавання або видалення частини інформації неприпустиме, оскільки це щось інше буде, а не ця молитва.

Контакт у молитві присутній точно так само, як і канал у першій моделі – у своєму виродженому вигляді. Він відбувається миттєво, швидше, ніж контакт людини з самим собою, йде мова і шизофренії або про нормальний внутрішній діалог, постільку, оскільки при внутрішньому діалозі необхідна певна процедура іннервації нейронів, при контакті з Богом у молитві вона не потрібна.

Молитва вимовляється, як вже було сказано вище, або вербально-фонетично, або психологічно. У будь-якому випадку присутній код молитви, але передбачається, що Адресату нічого не варто його розпізнати. Код цей має кілька «криптографічних» рівнів. Перший з них – буквальный текст молитви у випадку, якщо він присутній, другий – внутрішнє прагнення людини, що молиться, яке б воно не було, третім кодом, «криптографічним» рівнем є емоційний фон молитви, який має вкрай важливе інформаційне значення в більшості релігій, і нарешті, четвертим рівнем є ступінь екзальтації людини, що молиться.

Слід відмітити що існують різні види молитви і кожен має свої особливості.

– Молитва прохання. Коли ми просимо щось у Бога, то треба вірити, що Бог почув і відповів, навіть якщо ми поки не отримали, того, про що просили. «І все, чого не попросить в молитві з вірою, отримайте» (Матф. 21: 22) [7].

– Молитва присвячення. У цій молитві людина віддає свої турботи і справи Богові, визнаючи, що Бог може вирішувати її проблеми.

– Молитва віри. Під час цієї молитви вір усім своїм серцем, що все, що ти скажеш – збудеться. Якщо говориш і віриш тому, що ти говориш, то буде тобі те, що ти скажеш. Якщо скажеш Слово Боже (зцілення, благословення, допомога від Господа), то отримаєш за Словом Божим. А якщо скажеш диявольське слово (зневіри, страху, хвилювання), то буде тобі по диявольському (хвороби, недоліки, злидні, ураження). Говори слова віри, незалежно від обставин. «Ісус, відповідаючи, каже їм: майте віру Божу, бо істинно кажу вам, якщо хто скаже горе сей: підіймися і кинься в море, і не

засумнівається в серці своєму, але повірять, що збудеться за словами його, – буде йому, що не скаже»( Марка 11:22-23) [7].

– Молитва клопотання. Це молитва не за нас самих, а за когось іншого. Це один з найвищих проявів любові, ми погоджуємося з Богом, щоб Божа воля сповнилася в житті цієї людини.

– Молитва згоди. У цьому випадку кілька людей погоджуються про щось просити у Бога і разом продовжують вірити, що Бог відповість на їхнє прохання. У цій молитві має бути повна гармонія у вірі, у сподіваннях, у вчинках, тоді Бог відповість на їхні прохання. Вважається дуже сильною молитвою.

Молитва, як і проповідь, є одним із основних мовленневих видів релігійного дискурсу. Вона має певну чітку структуру, чітко виражену діалогічну природу, основним принципом організації тексту є повтори, функціонує у вигляді готового тексту, який людина, що молиться наділяє власними переживання і переконаннями. Слід відмітити що існують різні види молитви і кожен має свої особливості: молитва прохання, молитва присвячення, молитва віри, молитва клопотання, молитва згоди. Спільним для всіх видів є те, що молитва виступає невід'ємним елементом культу будь-якої релігії, основним засобом спілкування з божеством, способом впливу на нього і засобом зв'язку з ним, з метою отримати підтримку. Молитву не варто розглядати окремо від культури, оскільки вона органічно вбирає характерні риси національного дискурсу і є важливою частиною духовного життя народу.

### **2.3 Дослідження особливостей фідейстичної мови релігії на прикладі жанру проповіді**

У сфері релігійної комунікації особливе місце займає персональне спілкування, в якому адресант виступає як особистість у всьому багатстві свого внутрішнього світу, і інституційне спілкування як статусно-рольове, в якому комуніканти є представниками певних соціальних груп – громадських інститутів. Відповідно розрізняють персональний (особистісно-орієнтований)

та інституційний (статусно-орієнтований) дискурс, В. Карасик визначає релігійний дискурс як тип інституційного спілкування в рамках громадського інституту церкви, якому властиві всі властиві інституційному спілкуванню характеристики [26]. Однак поряд з ознаками інституційного спілкування релігійний дискурс виявляє також властивості персонального спілкування, що дозволяє конструювати такі тексти, що відображають внутрішній світ авторів, що містять обговорення світоглядних проблем, спрямованих на формування релігійного світосприйняття, коригування картини світу.

Як підтип інституційного дискурсу релігійний дискурс є сукупністю усних і письмових текстів, що здійснюють комунікацію в рамках суспільного інституту церкви і характеризується жорсткою ієрархією комунікантів, чітко визначеним хронотопом, відкритим утвердженням цінностей і норм релігійної комунікації, зафіксованих у прецедентних текстах, наявністю чітких цілей і відповідних їм стратегій комунікативного впливу у процесі релігійного спілкування.

Історично сформоване визначення проповіді як «публічної промови священнослужителя (проповідника) в храмі, зверненої до парафіян» [36, с.156] у сучасному суспільстві значно розширюється і включає місіонерські виступи поза храмом, а також виступи священнослужителів у засобах масової комунікації (на радіо і телебаченні, в мережі Інтернет). Тому проповідь одночасно представляє собою як пряму (безпосередньо перед аудиторією), так і опосередковану засобами масової інформації комунікацію.

При дослідженні проповіді як жанру ораторської промови історично виділяють три види проповідей [34]: роз'яснювальні (егзегетичні), морально-повчальні або виховні (парентетичні) та тематичні (панегіричні) проповіді.

У роз'яснювальних проповідях трактуються тексти Святого Письма із застосуванням історико-культурного, теологічного та літературного аналізу. Виховна проповідь являє собою настанови віруючим і починається з викладу особистих думок проповідника з різних соціально-політичних чи богословських питань, які потім підтверджуються цитатами зі Святого Письма.

Тематичні проповіді тлумачать значення будь-якого свята, чину чи ікони і прив'язані до певної дати. Вони є урочистим, хвалебним виступом проповідника з певної теми.

Незважаючи на різні види проповідей, всі вони мають канонічну структуру тексту, що включає вступ, основну частину, моральний додаток і висновки.

У рамках релігійного дискурсу проповідування виконує кілька функцій:

- інформативну,
- метаязикову,
- апелятивну,
- експресивну
- орнаментальну.

Домінуючою функцією проповідування визнається саме апелятивна функція, сутність якої полягає у зверненні проповідника до аудиторії з метою формування у них певної позиції та спонування до певних дій. Отже, в центрі уваги проповіді знаходяться морально-моральні проблеми буття, слова застереження і втіхи.

Проповідник, виходячи з цілей проповіді використовує ряд комунікативних стратегій для того, щоб проповідувати. Серед них можна назвати наступні [51]:

– мовна стратегія самоідентифікації в релігійному дискурсі і в проповіді зокрема, націлена на усвідомлення спільності одновірців та їх відмінності від інших. Ідентифікація розуміється як процес виявлення унікальності, несхожості групи віруючих, їх відокремлення від інших «чужих» груп. У проповіді під «своїми» розуміються всі члени групи релігійної спільноти, протиставлені іншим членам соціуму;

– мовна стратегія пояснення орієнтується на інформування людини, повідомлення їй знань і думок про світ. Мовна стратегія пояснення характеризує проповідування як текст проповіді, що інформує про події в минулому, наприклад, за часів Ісуса, і аналізує причини поведінки людей у ситуаціях описаних у Біблії;

– оцінююча мовна стратегія висловлює суспільну значущість проповідника як представника церкви, посередника між людьми і Богом, наставника, який розкриває сенс релігійного віровчення. Вона реалізується у праві священика давати оцінку подіям, обставинам і персонажам, про яких йдеться при комунікації з парафіянами, а також судити про вчинки самих парафіян;

– мовна стратегія заклику визначається метою проповідницького виступу, яка полягає в заклику слухачів до віри і покаяння. Проповідник не тільки розкриває зміст Святого Письма, але й закликає жити за законами християнського віровчення. Як і оцінююча стратегія, мовна стратегія заклику відображає суть проповіді як жанру інституційного дискурсу;

– мовна стратегія фасцинації визначає проповідь як текст, що апелює до емоцій та естетичного почуття слухачів. Це одна з основних функцій проповідування. При виголошенні проповіді вирішальне значення проповідник віддає вибору риторичних способів переконання і лінгвістичних засобів вираження. Саме в емоційному впливі полягає суть мовленнєвої стратегії фасцинації.

Отже, у ході реалізації виділених стратегій проповідь виступає одночасно як жанр інституційного та побутийного дискурсу.

Предметна тематика проповіді неоднорідна: даний жанр характеризується, принаймні, трьома підтипами предметних тем.

Предметно-сакральна тема відображає події реальної дійсності, що відбулися з реальними історичними особами в різні періоди християнської епохи і увійшли в релігійний контекст християнства. Життя, смерть і воскресіння Ісуса Христа, життя і смерть Пресвятої Богородиці, життя апостолів і святих – цей ряд подій відображено у Святому Письмі і Святому Переказі, на які і спирається проповідник, створюючи текст.

Реалізація профанної теми відбувається в тексті проповіді в тих випадках, коли він звертається до подій сучасного для проповідника буденного життя,

коли звернути увагу слухачів на сучасну дійсність. Лексичне поле профанної теми включає в себе позначення реалій навколишнього середовища [61].

Так, у тексті моральної проповіді митрополита Кирила «Думки про вічне» профанна тема представлена одиницями трудовий колектив, будинок престарілих, жителі будинку престарілих, господарники, люди, гроші, дефіцит, довгі черги, одяг, мило та ін. Автор використовує профанну тему з метою зблизитися з адресатом, намалювати картини близькі аудиторії. Профанна тема часто виступає антитезою по відношенню до предметно-сакральної теми.

Предметна тема проповіді може також відображати той привід, за яким виголошується проповідь (подія церковного календаря або інша причина), такий підтип предметних тем названий ситуативним. Зазвичай проповідь починається саме з пред'явлення ситуативної теми: назви релігійного свята (Різдво Христове, Преображення Господнє, Успіння Пресвятої Богородиці); згадка про місце і час, коли промовляється проповідь (сьогодні ми з вами, в цьому храмі); називається дія (згадуємо, святкуємо). Згадка про ситуативну тему потім може відбуватися наприкінці проповіді (факультативно).

Загалом типово такий розподіл предметно-тематичних номінацій у тексті проповіді: у вступі точково представлені номінації, що називають ситуативну тему, в оповідних фрагментах основної частини реалізована предметно-сакральна тема (ситуативна вливається в предметно-сакральну), нею супроводжує більш лаконічний смисловий ряд профанної теми, що ущільнюється у висновку. Геоцентричність проповідування виражається в тому, що тематичний ланцюжок номінації Бог проходить через весь текст будь-якої проповіді, позначаючи суть віровчення [61].

Духовна тема представлена в тексті проповіді також тематичними полями, що утворюють ядро християнського віровчення: милосердя, любов, віра, надія та ін., а також номінаціями зі значенням гріха: чужі, грішники, падіння, злість, самотність, підлість, боягузтво, крихкість, приниження, знедоленість. Щільність розподілу слів духовної теми в тексті проповідування різна. Виділяється кілька основних моделей розташування, з яких найбільш типова

наступна – духовна тема починає потужно розвиватися після експлікації ситуативної та предметно-сакральної тем. Можливий також варіант, коли номінації духовної теми проходять через весь текст проповіді, починаючи з заголовка, щільність вживання слів духовної теми в цьому випадку приблизно однакова в усьому тексті проповіді, а предметно-сакральна або профанна теми виступають як відгалуження головної, що формують мікротематику.

Предметна і духовна теми пов'язуються ієрархічно: головна мета проповідника – роз'яснити парафіянам духовний зміст викладених реальних подій, з цього випливає головування духовної теми. Важливість предметних тем різна: предметно-сакральна тема, безумовно, найбільш значуща змістовно, а профанна і ситуативна важливі прагматично і організаційно. Вся предметна тематика підпорядкована єдиній духовній темі, головній і обов'язковій у тексті будь-якої проповіді, наскрізної для текстотипу загалом.

Найбільш типова схема тематичного розгортання проповіді [61], при якій спочатку вводиться ситуативна предметна тема, що вказує на привід виголошення саме цієї проповіді. Потім реалізується предметно-сакральна тема, заснована на текстах Святого Письма і богослужбових книг, що оповідають про реальні події з життя Христа і святих.

Після тематичного опрацювання предметно-сакральної теми здійснюється перехід до духовної теми – витлумачення глибинного сенсу розказаних подій. Профанна тема є факультативною і в логічній структурі тексту використовується як аргумент або ілюстрацію до аргументу. Закінчується проповідь композиційним блоком, в якому зливаються воедино духовна і ситуативна теми. У заключному блоці, як правило, представлені і духовна, і предметна теми, наявне об'єднуюче логічне призначення фрагмента. Підкреслена довготривала модальність посилює ідею впливу, магістральну для жанру проповіді.

Експлікація провідних тем у проповіді досить чітко співвідноситься з класичним трьохчасним композиційним членством. Презентація ситуативної теми відбувається у вступі і, факультативно, у висновку проповіді; розвиток



предметно-сакральної та духовної теми, у супроводі супутніх фрагментів, складає «тіло» тексту, злиття духовної теми з ситуативною формує висновок.

Розглянута композиційно-тематична модель будується на правильних дидактичних підставах: рух від приводу до причин, від поверхнево-подієвого до глибинно-сміслового, від інформативного до впливаючого. Вона відповідає також методично доцільному руху від простого до складного, від конкретного до абстрактного і, нарешті, від чужого до особистісно сприйнятого, свого. Мовні сигнали цього руху – композиційні мовні зв'язки – розташовуються в початковій позиції тематичних фрагментів, передують їм, що надзвичайно важливо при усному сприйнятті тексту [51].

Схема розвитку проповіді має варіанти. Поширений варіант, при якому предметно-сакральна і духовна тема утворюють повторюваний комплекс. При цьому повчальна частина може розташовуватися як після кожного однотипного комплексу, так і в загальному висновку тексту.

Другий варіант композиційно-тематичного розгортання: після розкриття ситуативної автор відразу переходить до розвитку духовної теми, не вдаючись до розвитку предметно-сакральної теми, при тому що остання присутня в фрагменті з духовною темою в згорнутому вигляді, будучи представлена набором одиничних номінацій.

Таким чином, ситуативно-тематичний фрагмент важливий як організуючий ситуацію спілкування: привід до духовного спілкування пов'язується з сьогоdnішнім днем проповідника і його пастви на основі релігійного календаря.

Предметно-сакральна тема створює розгорнуте емоційно пофарбоване уявлення про подію, відповідний фрагмент вводить слухачів у сакральну сферу за допомогою створення чуттєвого образу сакрального явища.

Духовна тема – це аналіз сакральної події, витлумачення її духовного сенсу. Мета відповідного фрагмента - вивести слухачів на рівень раціонально-духовних узагальнень, протиставити сакральний і профанний (грішний) світ,

вказати причини, що заважають слухачам досягти спасіння, наблизитися до Бога (гріхи), і, нарешті, вказати шляхи подолання гріховності.

У заключній частині проповіді, де духовна і предметна теми зливаються, мета автора – закликати слухачів до виправлення, спонукати до дії щодо зміни свого духовного світу, з досягнення духовного ідеалу, тобто спасіння [51, 61]. У цій частині, на відміну від попередніх композиційних фрагментів, експлікується основна мета цілого тексту, що і робить проповідь жанром відкрито назидальним. Для тексту проповіді в змістовному плані ведучими є такі блоки, як духовний і повчальний, причому саме заключний назидальний блок є жанроутворюючим, оскільки без нього проповідь перетворюється на бесіду на духовну тему.

Ситуативно-предметний тематичний блок настільки ж обов'язковий у власне структурному відношенні: він характеризується виділеною, рамковою функцією. Таким чином, композиція проповіді будується з урахуванням жанрово типового авторського цілеполагання.

Проповідування формується, по-перше, рухом від ситуативної теми до духовної (при різній наративній опрацьованості предметно-сакральної теми); по-друге, рухом від створення базису назидательності (через представлення зразків шляхом опрацювання предметно-сакральної тематики та розгорнутий аналіз обраних духовних понять і положень, в процесі якого в приватній ролі і факультативно використовується профанна тематика) до вербального духовного повчання.

Названі вище композиційно-тематичні фрагменти групуються в композиційні блоки тексту. Відмінність таких комплексів призводить до композиційної варіативності проповідей.

Текст православної проповіді як жанру релігійного стилю відображає християнську картину світу, в основі якої лежить просторова опозиція «земне – небесне», яка переходить в опозицію «людське -божественне». Темпорально в християнській картині світу значуща дихотомія «тимчасове - вічне»: вічне належить небесному, Божественному, а тимчасове – земному, людському.

Категорія часу в тексті нерозривно пов'язана з категорією простору, і обидві вони разом значною мірою визначають жанрову своєрідність тексту.

Отже, проповідь є одним із основних мовленневих видів релігійного дискурсу, з якою проповідник звертається до віруючих. Для неї характерні інформативність, модальність, оцінка, діалогічність. Проповідь одночасно представляє собою ефективний засіб комунікації, як прямий (безпосередньо перед аудиторією), так і опосередкований засобами масової інформації, для впливу на віруючих з метою зміни світогляду, формування ціннісних орієнтирів.

## Висновок до II розділу

Церковне красномовство є результатом релігійної екзальтації, безпосереднього і живого ентузіазму, настільки характерних для проповідей перших століть, або ж плодом спокійної логічної рефлексії, діяльності розважливо-діалектичної. Властиві духовному красномовству художні засоби залишаються незмінними на всьому просторі християнської проповіді і вони складаються з таких елементів.

Мистецтво богословсько-церковного красномовства сьогодні отримує новий вимір, адже у релігійній сфері використання новітніх мас-медіа в якості засобів комунікації, допомагає релігійним конфесіям розширити ореол свого впливу, а інтерактивність забезпечує зворотній зв'язок з віруючими. З іншого відбувається спрощення і «десакралізація» релігійних практик. Сучасна людина опиняється в умовах супермаркету в тому числі і в духовній сфері, де серед представлених релігійних спільнот і конфесій можна вибрати найбільш зручні, ті, що найбільш яскраво представлені в мережі і мають свої сайти, блоги, форуми тощо.

Молитва, як і проповідь, є одним із основних мовленнєвих видів релігійного дискурсу, з якою проповідник звертається до віруючих. Вона має певну структуру, чітко виражену діалогічну природу, основним принципом організації тексту є повтори, функціонує у вигляді готового тексту, який людина, що молиться наділяє власними переживаннями і переконаннями.

Слід відмітити що існують різні види молитви і кожен має свої особливості: молитва прохання, молитва присвячення, молитва віри, молитва клопотання, молитва згоди. . Спільним для всіх видів є те, що молитва виступає невід'ємним елементом культу будь-якої релігії, основним засобом спілкування з божеством, способом впливу на нього і засобом зв'язку з ним, з метою отримати підтримку. Молитву не варто розглядати окремо від культури, оскільки вона органічно вбирає характерні риси національного дискурсу і є важливою частиною духовного життя народу.

Оскільки, проповідь як і молитва є різновидом релігійного дискурсу, то вони мають деякі спільні риси, наприклад, інформативність, діалогічність тощо. Хоч проповідь, представляючи собою ефективний засіб комунікації, як прямий (безпосередньо перед аудиторією), так і опосередкований засобами масової інформації, включає ще різноманітні модальності для впливу на віруючих з метою зміни світогляду і оцінку, з метою формування ціннісних орієнтирів.

Священнослужитель використовує цілий ряд стратегій при побудові проповіді. Однак, мовна стратегія фасцинації, яка визначає проповідь як текст, що апелює до емоцій та естетичного почуття слухачів, визнається однією з головних у мистецтві проповідання. Тут при виголошенні проповіді вирішальне значення проповідник віддає вибору риторичних способів переконання і лінгвістичних засобів вираження. І саме в емоційному впливі полягає суть мовленнєвої стратегії фасцинації.

Загальні комунікативні стратегії представлені наступними: мовною стратегією самоідентифікації в релігійному дискурсі і в проповіді зокрема, націленою на усвідомлення спільності одновірців та їх відмінності від інших; мовною стратегією пояснення, що орієнтується на інформування людини, передачу їй знань і думок про світ; оцінююча мовна стратегія висловлює суспільну значущість проповідника як представника церкви, наставника, який розкриває сенс релігійного віровчення і реалізується у праві священика давати оцінку подіям, обставинам і персонажам; мовна стратегія заклику визначається метою проповідницького виступу, яка полягає в заклику слухачів до віри і покаяння. Проаналізувавши наведені вище стратегії бачимо, що проповідь виступає одночасно як жанр інституційного та побутийного дискурсу.

## РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РЕЛІГІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

### 3.1 Особливості становлення релігійного дискурсу

У латинського слова «discursus» досить давня історія, яка своїм корінням сягає у глибоку давнину, приблизно V ст. до нашої ери. Тоді, на зорі виникнення перших філософських учень, це слово мало досить прості смисли – «метушня», «кругообіг», «біганина», «маневр» тощо. Проте протягом історичного розвитку філософських вчень та мистецтва красномовства це поняття збагатилося новими смисловими відтінками.

Так, за часів античних мислителів, зокрема Платона і Аристотеля, слово «discourse» використовувалося для позначення таких понять, як «міркування», «мислення», «аргумент». І лише набагато пізніше, після практичного алегоричного вживання у сенсі «бесіда», «розмова», «використання мови» це визначення безпосередньо набуло свого сучасного значення, що використовується дотепер у більшості мов. Отже, слово дискурс (від фр. «discours», англ. «discourse», від лат. discursus означає «бігання взад-вперед»; «рух, кругообіг»; «бесіда, розмова»), це мова, процес мовлення; спосіб вести бесіду. Це поняття має багато значень у низці гуманітарних наук, предметом яких безпосередньо чи опосередковано є вивчення особливостей функціонування мови – це лінгвістика, семіотика, соціологія, етнологія, філософія і т.д.

Чіткого та загально визнаного визначення поняття «дискурс», що охоплювало усі випадки його вживання, не існує. І не виключено, що саме це стало причиною широкої популярності, набутої цим поняттям за останні десятиліття: пов'язані нетривіальними відносинами різні підходи до розуміння вдало задовольняють різноманітні понятійні потреби і модифікують традиційні уявлення про мову, текст, діалог, стиль тощо.

Лише в рамках французької школи дискурс-аналізу, представленої працями таких учених, як П. Серіо, А. Греймас, С. Муаран, Д. Менгено та

ін. [54], можна назвати аж вісім різних підходів до розуміння поняття дискурсу, що зовсім не вичерпує зміст поняття і це лише в рамках французької традиції. Багатозначність цього терміну зайвий раз підкреслюється можливістю ставити наголос як на другий склад, так і на перший склад.

Найбільш чітко виділяються наступні основні підходи розуміння поняття дискурсу», що має відношення до різних національних традицій та напрацювань окремих авторів.

До першого підходу відносяться власне вживання цього поняття у лінгвістиці, що вперше сталося у статті американського ученого З. Харріса, яка була опублікована у п'ятдесятих роках минулого століття. Та у повній мірі це поняття використовувався у лінгвістиці лише приблизно років через двадцять. Перехід від поняття мови до поняття дискурсу пов'язаний із прагненням ввести в класичне протиставлення мови та мовлення пов'язаний з ім'ям Ф. де Соссюра. Отже, з одного боку, дискурс розуміється як мова, вписана в комунікативну ситуацію і тому є категорією з більш чітко вираженим соціальним змістом у порівнянні з мовленням людини.

З іншого боку, ще з семидесятих років минулого століття, реальна практика сучасного, дискурсивного аналізу пов'язана з дослідженням закономірностей руху інформації у межах комунікативної ситуації, що здійснюється передусім через обмін репліками; цим реально описується деяка структура діалогу, що продовжує цілком структуралістську лінію, початок якій і поклав Р. Харріс. При цьому, однак, підкреслюється динамічний характер самого дискурсу, що робиться для розрізнення поняття дискурсу та традиційного уявлення про текст як статичну структуру.

Другий підхід до розуміння поняття «дискурс», що останніми роками вийшов за межі науки і став популярним у публіцистиці, перекликається з французькими структуралістами та постструктуралістами, зокрема з вченням М. Фуко [57]. Хоч в обґрунтуванні цього підходу важливу роль відіграли також роботи А. Греймас, Ж. Дерріда, Ю. Крістева тощо. Пізніше дане розуміння частково було модифіковане М. Пешё та ін. У цьому підході проглядається

прагнення до уточнення традиційних понять стилю (у тому самому максимально широкому значенні, яке мають на увазі, коли говорять «стиль – це людина») та індивідуальної мови .

Розглянутий у такий спосіб термін «дискурс» (а також похідний термін «дискурсивні практики», що часто замінює його, також використовуваний М. Фуко) описує спосіб мовлення і обов'язково має визначення – ЯКИЙ чи ЧИЙ дискурс, бо дослідників цікавить не дискурс взагалі, а його конкретні різновиди, що задаються широким набором параметрів:

– суто мовними відмінними рисами (у тій мірі, як вони можуть бути чітко ідентифіковані);

– стилістичною специфікою (багато в чому визначається кількісними тенденціями у використанні мовних засобів);

А також специфікою тематики, систем переконань, способів міркування тощо. (можна було б сказати, що дискурс у цьому розумінні – це стилістична специфіка плюс ідеологія, що стоїть за нею). Понад те, передбачається, що спосіб мовлення багато в чому визначає і створює саму предметну сферу дискурсу, і навіть відповідні їй соціальні інститути.

Дискурс, як і будь-який комунікативний акт, передбачає наявність двох фундаментальних ролей – мовця (автора) та адресата. При цьому ролі можуть по черзі змінюватися між комунікантами – учасниками дискурсу, у цьому випадку говорять про діалог. Якщо ж протягом дискурсу (чи значної частини дискурсу) роль промовця закріплена однією і тим самим обличчям, такий дискурс називають монологом. Невірно вважати, що монолог – це дискурс з єдиним учасником: за монологу адресат також необхідний. По суті, монолог – це окремий випадок діалогу, хоча зазвичай діалог і монолог різко протиставлялися.

Дещо інакше підійшли до трактування цього визначення французькі постмодерністи, філософія яких найбільш чітко та яскраво представлена відомим істориком та теоретиком культури М. Фуко, який створив першу кафедру психоаналізу у Франції. Тут під дискурсом розуміється загалом спосіб



мислення як комунікативне явище зі складною системою ієрархії знань та всіма ідеологічними установками.

В цілому і загальному дискурсивне мислення характеризується як процес послідовного, точного, обґрунтованого міркування, яке в класиці протиставляється міркуванню інтуїтивному (непослідовному, узагальненому, що не має суворої системи). З розвитком науки трансформувалося і розуміння відносин дискурсивного та інтуїтивного мислення. Так, на рубежі XVII – XVIII століть прийнято було вважати, що перше впливає з другого. Тобто саме на основі інтуїції будується спочатку доказова база, а потім і сам дискурс. Ці погляди поділяли підтримували окремі представники раціоналізму Нового часу, зокрема Г. Декарт, Б. Спіноза, Г. Лейбніц тощо.

Проте І. Кант, який у своїй праці «Критика чистого розуму» протиставляв дискурсивній ясності понять все, що базується на інтуїтивному підході, довів протилежне. Він називав інтуїтивне мислення спекулятивним, тобто опосередкованим та суто образним [25.] Подібне протиставлення та неоднозначність трактування зберігалися і в XX столітті, незважаючи на те, що все більше теорій базувалося на думці, що дискурс – це послідовність комунікативних актів. Простіше кажучи, це будь-яка мовна конструкція, що розвивається у розмові, мовленні, міркуванні. У ролі послідовних комунікативних актів можуть виступати і письмові тексти із загальними тематичними ознаками.

Виділяють наступні типи дискурсів:

Суть наукового дискурсу вбачається в мовній діяльності, нормативну основу якої складають система регулятивних принципів, яка історично сформувалася, дотримання яких оптимізує процес створення, трансляції та використання знань. Когнітивний аспект наукового дискурсу реалізується у просторі суб'єкт – об'єктних відносин, і тому оцінюється у термінах класичної концепції істини («істинно» чи «хибно»). Його комунікативний аспект має іншу, зокрема, суб'єктну інтенцію, і є способом мовного впливу одного суб'єкта науки на іншого.

Діалогічний, міжсуб'єктний характер наукової діяльності не дає підстав для редукції когнітивного аспекту наукового дискурсу до комунікативного: вони мають різні цілі, методи та засоби. [32]. Метою спілкування у науці є прагнення ознайомити своїх колег з отриманими результатами, вислухати їх думки та висловити власні міркування щодо критичних зауважень, поділитися можливими підходами до вирішення тієї чи іншої наукової проблеми.

Універсумом філософського дискурсу виступає безліч індивідів (предметів), наявність якого постулюється системою логічного аналізу мови. Філософський дискурс конструює категоріальний простір мислення-мовлення про світ, про становище та роль людини в ньому, і «координатами» цього простору є гранично загальні поняття – категорії чи концепти. Маючи статус «несучих конструкцій», сітка цих категорій є апіорною (передумовою) умовою можливості нефілософського (предметно-змістовного) дискурсу [32].

Глобалізаційний дискурс можна визначати як об'єм суджень, досліджень і текстів, об'єднаних аспектом цілісності світу і можливими співвідношеннями різних форм існування в рамках цієї цілісності. Глобалізаційний дискурс являє собою сплав дискурсивних практик політології, соціології за певного пріоритету економіки [27]. На наш погляд, щоб відповісти на ці питання, варто звернути увагу на особливості процесу пізнання та умови виробництва знання в мас-медіа, а не лише на його фактуальну, матеріально втілену форму. Адже для того, щоб у адресата з'явився образ події, недостатньо просто повідомити про подію та чекати на результат, мабуть, варто врахувати, що образ з'являється у певному контексті, у ході певного комунікативного акту.

Виходячи зі сказаного вище, сьогодні можна визначити як мінімум два підходи до визначення медіадискурсу. Відповідно до першого, медіадискурс – це специфічний тип мовної діяльності, характерний виключно для інформаційного поля мас-медіа. У цьому розумінні слід розрізняти медіадискурс та інші самостійні типи дискурсу, такі як, наприклад, політичний, науковий, релігійний, тощо. Відмінності між ними визначаються модифікаціями тих чи інших параметрів дискурсу – різними мовними

практиками, різними комунікативними ситуаціями, хоча висловлювання цих дискурсів можуть належати до загального тематичного поля.

Відповідно до другого підходу, медіадискурс мислиться як будь-який вид дискурсу, що реалізується в полі масової комунікації, що продукується мас-медіа. Так, можна говорити про політичний, релігійний, педагогічний та інші медіадискурси, маючи на увазі, що для своєї реалізації зазначені типи інституційного дискурсу передбачають наявність сталого набору практик виробництва, трансляції та інтерпретації масової інформації [28].

Сучасні мас-медіа є майданчиком для реалізації найрізноманітніших цілей та завдань. У сучасних мас-медіа знаходять своє відображення практично всі види інституційного дискурсу. Нині дедалі частіше новітніми медіа послуговується релігійна сфера, тому все частіше виживається поняття релігійний дискурс. У XXI столітті ще більш очевидним стає зв'язок релігії та мас-медіа. За останні десятиліття відбулися якісні зміни у всіх сферах життя, в тому числі зріс інтерес до різних конфесій та вірувань. Крім традиційних релігій все частіше з'являються нові різні напрями і вчення. А завдяки сучасним засобам масової комунікації релігійна картина світу видозмінюється, адже саме за допомогою мас-медіа стають відомими більшість значущих для релігійних конфесій подій. Взаємодія релігії та мас-медіа починає інституалізуватися і регламентується цілою низкою суспільних правил та стає предметом суспільних дискусій.

Релігійний дискурс – це особливий вид інституційного дискурсу, який має на меті звернення уваги аудиторії до релігії та поняття Бога. Дискурс – це насамперед мова, що актуалізується за допомогою різних мовних засобів залежно від комунікативної установки та соціальної сфери її вживання. Якщо вивчати явище релігії в руслі теорії дискурсу, то як об'єкт дослідження будуть розглядатися змістоутворюючі процеси (акти комунікації), спрямовані на трансляцію досвіду віри або залучення до системи релігійних поглядів.

При цьому важливо розрізняти завдання зовнішньої, формальної інтеграції співрозмовника (пропаганда) і більш довірчу взаємодію (свідчення),

що має на меті не так домогтися формального приєднання співрозмовника до певної системи релігійних установок, як спонукати людину до внутрішньої, незримої духовної роботи. Однак, важливо враховувати, що при спілкуванні за допомогою мас-медіа ці цілі не є настільки вираженими. Вони стають свого роду підцілями інших, глобальніших [59].

Релігійний дискурс орієнтований на опис та інтерпретацію положень релігійного світогляду, включаючи характерні йому цінності, норми, ідеї, міфи, наративи. Те, що відрізняє реалізацію цієї мети в релігійному дискурсі від інших типів «інституціоналізованого» дискурсу – це місіонерський характер трансляції релігійного знання. Надання інформації про основні догми, інституційний устрій релігійної організації, способи передачі містичного досвіду та шляхи досягнення зв'язку з Абсолютом є специфічно явним або прихованим підтвердженням істинності цих положень.

Зауважимо, що цей ефект релігійного дискурсу найчастіше досяжний, якщо адресант «релігійної освіти» є адептом релігії, яку він описує. Характерним для релігії є застосування певних вимог до місіонера: оскільки релігія передбачає трансляцію сакрального знання, зміст якого трактується як «доступне обраним», то адресант, висловлювання якого сприймаються як адекватні змістом релігійного вчення, повинен володіти як необхідним містичним досвідом, і певним статусом у церковній ієрархії.

Висока нормативність релігійного дискурсу характеризує релігійний дискурс також і в аспекті нормуючої, прогностичної та технологічної цілей. Ви сказування в релігійному дискурсі можуть бути спрямовані на оцінку стану речей відповідно до встановлених та закріплених норм. Представники церкви наділяються статусом посередника між людиною і богом і, отже, сприймаються як такі, що мають знання про критерії оцінки та «повноваження» виносити оціночні судження

Порушення цієї вимоги веде до різних релігійних санкцій. Оціночні судження виконують суворо нормуючу функцію в релігійному дискурсі, фіксуючи вимоги та розпорядження до діячів індивіда. Релігійний дискурс у

цьому відношенні може виступати як механізм збереження та відтворення громадського порядку, а також деяких (головним чином – поведінкових та світоглядних) аспектів культури [28, с. 35].

Комунікація в релігійній сфері характеризується жорсткою ієрархією учасників комунікативного процесу, порядок якого визначається ступенем сакральності та участі у релігійній діяльності. Сани священнослужителів, наявність чи відсутність містичного досвіду, духовних переживань, фонових знань про зміст культу, знайомство із сакральним текстом, доступ до «вірної» інтерпретації канонічних текстів, спосіб життя, навіть форма і жанр висловлювань – усе це може бути критерієм оцінки положення суб'єкта дискурсної практики у релігійній ієрархії та, відповідно, дискурсні дії, що проводяться суб'єктом, можуть бути оцінені як істинні або помилкові, відповідні або не відповідні релігійним канонам.

Принцип М. Фуко «право голосу є право влади» значною мірою проявляється у релігійній дискурсній практиці як розподіл повноважень інтерпретації текстів, настанови, поради, прощення, покарання, запитання залежно від комунікативного – і, за великим рахунком, соціального та культурного – статусу мовця. Визнаючи, що релігійний дискурс має суб'єктивні підстави, що виражаються в індивідуальному прийнятті чи неприйнятті релігійного вчення та зверненні до віри, ми, тим не менш, акцентуємо увагу на строгому та консервативно-нормативному характері комунікативного поля релігії [28, с. 46]. Релігія, як ми вже говорили, не виконує спонукально-примусової дії, але участь у релігійній дискурсній практиці передбачає виконання низки правил до поведінки, серед яких дотримання комунікативно-ієрархічної відстані між комунікантами, акцентування відмінностей у досвіді та знаннях, підпорядкування, домінування монологічної форми спілкування над діалогічною тощо. Більше того, така комунікація циклічна: людина може спілкуватися безпосередньо або опосередковано (через священика чи наставника) з вищими силами, так і Бог може виступати з позиції адресанта по відношенню до індивіда.

Отже, новітні комунікативні засоби, у сучасному полікультурному та поліконфесійному світі є не лише засобами зв'язку, взаємодії, а й інструментами побудови внутрішнього та міжконфесійного діалогу. Сьогодні, окрім екологічної, економічної та інших сучасних криз, говорять про кризу, що асоціюється зі сферою духовного та релігійного. Важливою причиною цієї кризи можна припустити наявність значної кількості комунікативних труднощів, які пов'язані із самою природою та смислами релігії як феномена – історичного, соціального та психологічного. Сьогодні, прояв глобалізаційних тенденцій супроводжується розмиванням смислів і цінностей, які піддаються не тільки сумніву, а й перегляду.

Помітно трансформуються традиційні релігійні організації і стають все більш відкритими світові через велику кількість нових мас-медіа, які виступають в якості новітніх засобів комунікації, що продовжують виникати і розвиватися. Сьогодні практично кожна релігійна організація зараз має свої сайти, форуми та сторінки у соціальних мережах.

Якщо звернути увагу на соціальне вчення католицької церкви, то воно являє собою корпус доктринальних церковних текстів, де обговорюються питання про соціальну справедливість, про бідність і багатство, економіку та соціальну організацію, а також роль держави [67]. Більшість традиційних релігійних організацій навіть створюють спеціальні відділи по взаємодії з молоддю та родиною, з армією, бізнесом тощо. Полем для такої взаємодії стають всі найбільш значущі соціальні сфери: освіта, виховання, армія, медицина та соціальна робота.

Можна говорити про те, що з'явився новий тип священика – сучасного, енергійного, присутнього не тільки в храмі і близько, але і в соціально-політичному просторі, і в Інтернет-просторі. Такий тип священства демонструє не лише нові механізми взаємодії зі світом, але й нові погляди, нові підходи до служіння, до релігії, та й самого життя. Дещо одіозною і спірною фігурою, але вказує на тенденції цього століття цьому відношенні головний герой фільму оскареносного кіно режисера П. Соррентіно «Молодий тато» –

Л. Белардо, обраний папою римським Пієм XIII. [15, с. 147]. Іншим наслідком зазначеного процесу зростання кількості нових релігійних рухів та організацій. І мова йде не лише про просте механічне збільшення організацій, а й про виникнення якісно нових рухів, яких раніше не було (наприклад, кіберрелігії тощо).

За статистикою у сучасному світі існує більше п'яти тисяч релігій. Більшість віруючих планети ідентифікують себе з традиційними, в основному світовими релігіями (християнство, ісламом, буддизм), та деякими іншими: іудаїзм, індуїзм, конфуціанство, синтоїзм тощо. Найбільшою по кількості послідовників релігією є християнство – приблизно 33% від усіх віруючих. Що цікаво, протягом XX століття частка християн від населення Землі майже не змінювалася [3]. Другою за кількістю членів на планеті світовою релігією є іслам, до якого належить 23% населення світу. Значну частку населення світу становлять індуїсти – близько 14–15 % та буддисти – 7 %.

Існує статистика, що відображає також кількість атеїстів. Хоч, вона і є дискусійною, адже різними дослідженнями показано, як їхня кількість коливається від 11 до 16% населення планети. Частина, що залишилася, тобто близько 7–8% належить до невеликих національних релігій та нових релігійних рухів. Найновішим релігійним напрямом на планеті, що найшвидше розвивається на сьогодні, є неоіндуїзм, що представляє собою потік синтетичних учень, які базуються на індуїзмі.

В сучасності явно присутня нагальна необхідність побудови діалогічних взаємин у релігійній сфері, представлений різними релігійними організаціями та рухами. Зрозуміло, що особливі труднощі пов'язані з формуванням комплексу взаємин носіїв різних світоглядів і культурних традицій. На наш погляд, певною мірою, майбутнє людства залежить від ефективності комунікації релігій між собою, комунікації конфесій всередині однієї релігії, а також, безсумнівно, і комунікації віруючих, невіруючих, атеїстів і тих, хто ще не визначився зі своєю світоглядною позицією. Ця проблема стає однією з вирішальних умов виживання планети і людства, запобігання глобальному

зіткненню країн і народів. Невипадково питання про толерантність вперше було поставлене Дж. Локком саме в ключі релігійної віротерпності [33]. Адже війни на релігійному ґрунті були основною загрозою для мирного існування суспільства в усі часи. Крім того, релігія, тісно пов'язана історією. Тому, у світлі питання про комунікації і діалог релігій, важливо вирішити питання, пов'язані з історичною пам'яттю – з осмисленням та переосмисленням минулого, у тому числі, у першу чергу релігійного минулого.

### **3.2 Інформаційне суспільство та його вплив на релігійні комунікативні процеси.**

Наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. активні процеси інформатизації і комп'ютеризації проникли практично у всі сфери життєдіяльності людей. Машина, що називалася ЕОМ (електронно обчислювальна машина), комп'ютер перетворився на універсальний пристрій, засіб, який не лише служить професійним інструментом у найрізноманітніших професіях (вчений, інженер, юрист, лікар і т.д.), але й засобом навчання, повсякденного спілкування, а також часто використовується у розважальних цілях. Відбувається поступове проникнення інноваційних технологій, зокрема всесвітньої мережі Інтернет, у найрізноманітніші сфери життя людини – сферу освіти, професійної діяльності, сферу дозвілля, сферу комунікацій тощо, що призводить до нового розуміння поняття «соціальної присутності».

У зв'язку зі стійким зростанням масштабів застосування інформаційних технологій, цілком обґрунтовано можна говорити про процес віртуалізації людської діяльності, що тягне за собою відчуження людини від реального життя і може призвести до повної заміни реальних речей їх образами. [Бирюкова, 76]. Отже, мережа Інтернет, з'явившись відносно недавно, стала одним з явищ сучасного суспільства, яке найбільш динамічно розвиваються у зв'язку зі зростанням його аудиторії. Але хоча винахід мережі Інтернет стає причиною прискорення процесу глобалізації суспільства, варто пам'ятати, що



електронна віртуальна реальність сприяє відчуженню індивіда від соціальної присутності у реальному світі.

В даний час Інтернет доступний не лише через комп'ютерні мережі, але й через супутники зв'язку, радіосигнал, кабельне телебачення, телефон, стільниковий зв'язок, спеціальні оптико-волоконні лінії тощо. Всесвітня мережа стала невід'ємною частиною життя в розвинених країнах і стає організаційною основою для різних дослідницьких та консультативних груп, що займаються її розвитком. Масштаби технологічного прориву, феноменальні можливості практичної якості і, як наслідок, повсюдність присутності дозволяють розглядати мережу як один із визначальних чинників культури нового тисячоліття.

Інтернет забезпечуючи людей своєчасною інформацією, орієнтує їх в інформаційному просторі, що виконує важливу соціальну функцію. Крім того, Інтернет виступає потужним засобом мобілізації всіх накопичених людством знань для вирішення тих чи інших завдань, що стоять перед людством. Широко використовуючи інформацію, щонадає мережа, можна отримати досить більш повне уявлення про накопичений досвід вирішення різних проблем і більш адекватно оцінити ситуацію, що складається на реальний момент часу. А це важливо при прийнятті рішень, адже сьогодні правильність прийнятого вирішення проблеми на 80% залежить від володіння необхідною інформацією.

Це спілкування у віртуальному середовищі за допомогою своєрідного дискурсу, що сформувався у мережі, тут існує свій етикет, свої норми, заборони та своя власна емоційна атмосфера; спілкування є переважно текстовим і складається з обміну повідомленнями, коли коло адресатів не завжди відоме [Шарков, 209, 592]. Отже, Всесвітня мережа Інтернет, втягує в свої тенета все більше людей, що призводить до необхідності створення певної системи норм і правил здійснення процесів комунікації в соціальних мережах. Це «вироблення штучної мови спілкування, введення в ці процеси спеціальних символів, образів, знаків, які полегшують комунікацію представників різних націй і народностей. А розширення мережі транспортних засобів, яка також

зобов'язана розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, сприяє зростанню переміщення людей на тисячі кілометрів від дому в пошуках роботи, для навчання за кордоном, для здійснення подорожей тощо» [12, с. 16].

Отже, у сучасному суспільстві внаслідок розвитку інформаційних і комп'ютерних технологій у системі комунікацій відбулися значні зміни, які торкнулися і релігійної сфери. Попереду усіх новітніх засобів сучасної комунікації перебувають різноманітні Інтернет-технології, що представляють людям можливість широкої соціальної взаємодії та мінімальну реальну відповідальність за представлений контент. У сучасних релігійних комунікаціях ситуація схожа, але вона може змінитися за рахунок просвітницької діяльності різних релігійних організацій. Спілкування в Інтернет-мережі, особливо в соціальних мережах, для адекватної комунікації потребує наявності у користувачів критичного мислення. Лише у такому випадку комунікативний процес, який забезпечують технічні можливості сучасних технологій, буде максимально ефективним.

Новітні засоби комунікації мають значний вплив на формування світогляду і ціннісних орієнтирів сучасної людини. До них належать різні соціальні мережі, блоги, відео канали, суспільне Інтернет-телебачення. Нові медіа, особливо соціальні мережі та відео канали, такі як YouTube, дають можливість спілкуватися із реальними людьми, які найчастіше вільно висловлюють свої думки. Це робить нові медіа одним із найпопулярніших засобів сучасної комунікації, в тому числі і релігійної.

Мережа Інтернет, яка з кожним роком нараховує все більше користувачів, займає в сучасній системі комунікацій особливе місце. Це пов'язано з тим, що мережа «є не лише способом трансляції культурного досвіду, а й способом організації культурного змісту, що видозмінює архітектоніку самої культури. Інтернет розмиває межі національних культур, руйнує замкнутість таких форм культури, як наука, мистецтво, філософія, ідеологія, релігія тощо. Кожна людина може не лише споглядати культурні явища чи пасивно сприймати зміст культури, але бути її активним творцем» [16, с. 76]. Отже, у сучасному світі

люди активно використовують можливості мережі у різних сферах: побуті, навчанні, освіті, економіці тощо. Релігійна сфера також не відстає, широко використовує можливості «всесвітньої павутини» для поширення інформації та створення зворотного зв'язку зі своїми можливими послідовниками.

Але не тільки традиційні релігії широко використовують засоби мережі, новітні релігії, зокрема, так звані кіберрелігії також ними не нехтують. За словами Я. Чекан «Релігія в віртуальному світі перетворюється на Кіберрелігію – релігійну формацію, що виникає та існує на основі комп'ютерних технологій як наслідок інтелектуальної діяльності. У кіберрелігії комп'ютерні технології наділяються статусом цінностей, якостями священних об'єктів і атрибутами божественних сутностей. Таким чином віртуальна реальність оголошується вищою реальністю, надцінним інобуття, домінуючим над світом людських можливостей» [58]. Більшість дослідників кіберрелігій (дигітальних релігій), погоджуються в тому, що віртуальний простір є новий, створений за допомогою комп'ютерних технологій Універсум, в якому можливий такий обмін інформацією, який є недоступним в реальному світі.

Останнім часом досить популярними стали соціальні мережі у Інтернет-просторі, що спеціалізуються на послугах встановлення зв'язків між користувачами. На таких сайтах користувач має власну сторінку, список «друзів» (як реальних, так і просто співрозмовників у межах мережі), він може розмістити особисту інформацію про себе, викласти фото-, відео- та аудіоматеріали, вступити до якоїсь групи, або навіть створити власну, брати участь у дискусіях на певні теми, і навіть вести щоденник. Такого роду розважально-комунікативні сайти стають з кожним днем все більш популярними. З одного боку, це не звичні для всіх сайти знайомств або чати, де зроблено акцент саме на нових контактах та спілкуванні. З іншого боку, тут надається набагато більше можливостей, ніж на розважальних порталах.

Звичайно, можна також навести приклади реалізації потенціалу нових медіа у сфері релігійної комунікації на Україні. Тут в першу чергу слід згадати соціальні мережі, тематичні блоги, мережі різноманітних мікро-блогів та

громадське Інтернет-телебачення. Щодо стосується соціальних мереж, то вони, за словами М. Петрушкевича, «є найхарактернішим втіленням нових медіа, оскільки відповідають фактично усім характеристикам останніх: використовують різні типи подання інформації, нівелюють відстань між учасниками комунікації, є інтерактивними, публічними та індивідуалізованими, слабо піддаються цензуруванню, мають діалогічно-масовий характер» [39]. Отже, як бачимо, соціальні мережі поєднані складною системою взаємозв'язків та мають високий рівень самопрезентації учасників комунікації, саме тому вони широко використовуються у релігійній сфері.

Розглянемо особливості релігійної комунікації на прикладі українського сегменту такої соціальної мережі як *Facebook*. Особливу увагу зосередимо на сторінках релігійних спільнот, сайтах приходів, блогах та влогах з відеопроповідями, оскільки саме такі способи комунікації яскраво демонструють такі характерні ознаки релігійної комунікації як масовість і діалогічність. В українському сегменті Фейсбуку, як і у всьому світі, сторінки релігійних спільнот поділяються на закриті і відкриті (комунікація у таких спільнотах доступна усім бажаючим) і вже такий принцип поділу звертає увагу на масовість і діалогічність комунікації. В той же час в залежності від мети, з якою створювалися сторінки, існують певні відмінності у комунікації.

Сторінки, що мають науково-просвітницький характер, пов'язані із конкретними релігійними або науковими організаціями. Наприклад, сторінка спільноти «Молодіжна асоціація релігієзнавців» яка має більше 700 учасників; сторінка «Християни для України», яка пропонує погляд з точки зору Евангеліє на культуру, мову, історію, економіку, політику, освіту; сторінка спільноти «Буддизм: релігія, філософія, культура», що має більше 150 учасників; сторінка «Іслам в Україні», яку відвідують та спілкуються більше 10000 учасників тощо. У будь якому випадку, соціальні мережі створюють специфічний віртуальний простір для дискусій, які не можливо реалізувати ні у самих релігійних організаціях, ні поза ними. Та і навряд чи в реальному світі така кількість учасників може прийняти участь у дискусії. До речі, інколи така можливість

може набувати неетичного руйнівного характеру. Також деякі сторінки мають рекламний характер. Так, наприклад, сторінка релігійної спільноти «РУН Віра» представляє себе як релігійна організація, хоч дописи здійснює здебільшого лише одна людина, яка пропагує свої особисті професійні інтереси.

Якщо говорити про першість, то першу релігійну віртуальну платформу LifeChurch.tv (Life.Church) засновали ще у 1996 році. В середньому, її сайт відвідує більше 600 тисяч людей. You version – це також релігійний сайт, що містить адаптацією віровчення для молоді. На сьогоднішній день, віртуальне життя священника та віруючого – це реальність [10]. Тому тим фактом, що відомі релігійні і церковні діячі, теологи, релігієзнавці створюють особисті сторінки уже нікого не здивуєш. Сьогодні, особливим видом нових комунікацій стають блоги (також підкасти та відеоблоги). Якщо у соціальних мережах українське духовенство є все-таки більш-менш активним, то блогосфера для нього виступає світом непізнаних можливостей.

Сам віртуальний простір, одним із регіонів якого є так звана блогосфера, дедалі частіше стає предметом дослідження лінгвістів, психологів та інших спеціалістів. В силу цього, ми маємо право очікувати на наявність у блогосфері властивостей віртуального простору. Сутність ведення мережевого щоденника не зводиться до залишення у ньому записів. Дерево можливих дій мережевих агентів має безліч гілок. Це процедури постінгу, коментування, включення або виключення інших користувачів у друзі, читання, застосування візуальних засобів, робота над оформленням щоденника, участь у житті спільнот, їх організація і багато іншого говорить про те, що вести мережевий щоденник означає перебувати у ньому і діяти у ньому. Перелічені операції складають структуру повноцінного життя мережевої особи усередині блогу. Технологія блогу є потенційним посередником, що спонукає до написання авторських текстів та обміну емоціями та роздумами через Інтернет. Згідно з книгою А. Попова «Блоги. Нова сфера впливу», найбільшу частину блогів, близько 80%, складають так звані онлайн-щоденники особистого змісту. Сенс таких щоденників – писати про своє життя і виставляти написане на загальний огляд.

Або не на загальне – завжди є можливість обмежити свою аудиторію колом близьких друзів. Так, у світі досить великою популярністю користується Живий Журнал.

Враховуючи, що часто блогери є священниками, то вони фактично поєднують у релігійній сфері проповідництво із діалогічною комунікацією. Дещо інакше відбувається релігійна комунікація у громадському Інтернет-телебаченні. Особливість, перш за все, у тому, що релігійна тема є одним із блоків поряд із бізнесом, політикою, культурою тощо. Також потрібно звернути увагу на те, що тут релігійна комунікація відбувається у світському контексті, тому дозволяє поглянути на релігійні та церковні події з іншої точки зору. Слід відмітити діалогічність і інтерактивність цього виду комунікації. Учасники комунікаційного процесу можуть не лише визначати рейтинг каналу, а й навіть пропонувати свої теми і сюжети, тобто віруючі активно включаються у процес. Основою інтерактивної релігійної комунікації в мережі Інтернет є інформаційні і комп'ютерні технології, розвиток яких сприяє прогресу сучасних систем комунікації.

Різноманітні соціальні мережі, блоги, громадське телебачення сприяють розвитку релігійної комунікації, забезпечують її діалогічність і зворотній зв'язок з віруючими. Ну і звичайно, за допомогою нових комунікаційних засобів релігія отримує можливість презентувати себе перед світським суспільством. Ця презентація є конвергентною, адже вона поєднує різні види передачі інформації, такі як аудіо, відео, текстові повідомлення. На Україні, так як і у всьому світі, зустрічаються різні точки зору на використання віруючими нових технологій: від різкого засудження до схвалення. Релігійна комунікація у мережі є одночасно масовою і індивідуальною, а її інтерактивність забезпечує живе діалогічне спілкування між віруючими і підвищує ефективність просвітницької та місіонерської діяльності, що є особливо актуальним в умовах карантину.

Слід відмітити, що саме «місто трансформувало традиції, істотно віддалило людину від природи, вмістивши у світ штучного середовища,

спричинило анонімність та нетривалість комунікативних контактів, що сприяло трансформації традиційних моральних норм і санкцій та зумовило зменшення ролі традиційних релігій» [45, с. 125]. Як бачимо, у світі віртуальної реальності традиційні цінності зазнають трансформацій і сфера релігійних комунікацій не є виключенням.

Інтернет-комунікація залишається окремим простором, де особистість учасника акта комунікації моделюється ним самим. При віртуальному спілкуванні ми маємо справу з такою ситуацією, в якій той, хто спілкується, при мінімумі даних про одержувача інформації, створює собі його образ і намагається уявити, як сприймаються його слова. Таким чином, реальний адресат відсутній, він може лише «добудовуватися» у свідомості відправника за залежно від його уяви, досвіду, психічних стереотипів, об'єктивних умов, у яких відправляється інформація. Іншими словами, в Інтернет-комунікації користувач такий, яким його хоче бачити співрозмовник, якому доводиться будувати образ візаві, виходячи з головним чином із вербальних ознак та власного стану знань, і передбачаючи реакцію цього уявного користувача [21, 117-120]. Отже, спілкування в Інтернет-комунікації є письмовою фіксацією усного мовлення. Це позначається на специфіці орфографії, що фіксує вимову та особливостях пунктуації. Віртуальне спілкування підпорядковується принципу економії зусиль відправника та одержувача, що пояснює вживання значної кількості лексичних та графічних скорочень.

Поєднання наслідків різних соціальних, політичних та економічних змін, що відбуваються у всьому світі, призвело до того, що трансформацій зазнала і релігія. Релігія (церква) як соціальний інститут зіткнулася з необхідністю виконувати нові функції, що працюють з новим складом населення та з новими проблемами. Релігійність як психологічна характеристика видозмінюється, знаходить своє вираження у новому символічному просторі.

Цей новий символічний простір формується у певних комунікативних обставинах, що характеризуються величезною швидкістю передачі інформації та змішаністю символічних систем [3]. Завдяки тому, що релігія відіграє

важливу роль у формуванні цінностей суспільства і типу особистості у певний історичний період, значення релігії може знижуватися, або зростати в залежності від того, що починає ставати значущим, важливим, затребуваним (і, відповідно, що купується і продається). Інформація настільки доступна і її так багато, що суспільство змушене знаходити різні, у тому числі і маловитратні способи її обробки, зберігання та передачі. Можна виділити ряд таких способів, актуальних як релігії, так іншим явищам культури.

Стародавній, що не втратив сили впливу у трансляції інформації дотепер – це друковане слово.

Інший зразок друкованого слова – віртуальне слово. В мережі Інтернет немає кордонів, за запитом можна знайти сайти, блоги, живі журнали, присвячені не просто релігіям і конфесіям, але й багатьом особистим проблемам, пов'язаним (безпосередньо, або опосередковано) з питанням, що розглядається. Окремий жанр – це коментарі до публікацій, де спостерігається ще більша різноманітність. Із сайтів можна виділити спеціалізовані, розроблені людьми, глибоко зануреними в ту чи іншу релігійну традицію.

Наступний рівень передачі – публічні виступи. Тут також фіксується різноманітність як у способах, так і в наповненні. Досить багато публічних лекцій, присвячених релігії та її формам. Наповнення таких лекцій змінюється в залежності від складу аудиторії. Особливий вид публічних виступів – це вчення, які дають офіційні представники тієї чи іншої конфесії. Насамперед такий вид трансляції традиції характерний для буддизму.

Останнім із способів трансляції, що зачіпаються в даній роботі. ідей (у тому числі релігійних) є масова культура та масове мистецтво, насамперед кінематограф. Тут також можна виділити, принаймні два напрями: просвітницькі художні фільми, що містять основні відомості про релігію чи конфесію; і художні фільми, що видають продукт переробленим, перетвореним. Прикладом першого в контексті буддизму може бути фільм режисера Павла Маклая «Шафранове серце», а другого сага – Дж. Лукаса «Зоряні війни» [3].



Релігія, що витісняється наукою і технологіями, намагається або знаходити нову мову, або замикається в кокон минулого, де час зупинено на тому моменті, коли вона була «основним» ціннісним орієнтиром. При цьому, зрозуміло, замикання не може бути непроникним і абсолютним, бо люди не в змозі відірватися повністю від соціальної, політичної та економічної дійсності

У минулому столітті була велика кількість збройних сутичок, в які була втягнута більша частина людства. Чого лише варті дві світові війни, «причинами яких став цілий клубок економічних, політичних, релігійних, етнонаціональних суперечностей і небажання державних діячів поступатися деякими власними інтересами в ім'я загальнолюдських інтересів. Тобто принцип толерантності був відкинутий із сфери міждержавних і міжкультурних взаємодій» [13]. Сьогодні, визначаючи шляхи вирішення глобальних проблем, які загрожують майбутньому усієї нашої цивілізації, представники різних релігійних конфесій і культур намагаються виробити спільні принципи взаємовідносин у різних сферах життя, розуміючи, що майбутнє людства залежить від ефективності співпраці і комунікації. А успішна комунікація релігійних конфесій між собою, основана на принципі толерантності, може стати є одним із домінуючих чинників у спробах налагодити діалог.

### **Висновки до III розділу**

Сучасний релігійний дискурс у засобах масової інформації реалізується різними способами, має свої особливості та специфічні риси. У ньому склад учасників значно розширюється і хронотоп виходить за рамки однієї певної конфесії, і стає інтегрованим у суспільне життя людей, незалежно від їхнього соціального статусу та релігійної приналежності. Учасниками такого спілкування стають практично всі люди, які так чи інакше беруть участь у комунікації за допомогою нових мас-медіа. При цьому одні є активними учасниками такого спілкування, інші пасивними реципієнтами інформації. Щодо цілей спілкування, то вони не відрізняються від цілей самої релігії та цілей релігійного дискурсу, тому тут не виявлено жодних особливостей.

На наш погляд, певною мірою, стогодні майбутнє людства залежить від ефективності комунікації релігій між собою, комунікації конфесій всередині однієї релігії, а також, безсумнівно, і комунікації віруючих, невіруючих, атеїстів і тих, хто ще не визначився зі своєю світоглядною позицією. Ця проблема стає однією з вирішальних умов виживання планети і людства, запобігання глобальному зіткненню країн і народів.

Сьогодні відбувається поступове проникнення інноваційних технологій, зокрема всесвітньої мережі Інтернет, у найрізноманітніші сфери життя людини – сферу освіти, професійної діяльності, сферу дозвілля, сферу комунікацій, сферу релігії тощо. Кожна людина отримує можливість не лише пасивно споглядати культурні явища, але бути їх активним творцем у новому світі віртуальної реальності, що призводить до нового розуміння поняття «соціальної присутності». Релігійна сфера також не відстає, широко використовує можливості «всесвітньої павутини» для поширення інформації та створення зворотного зв'язку зі своїми можливими послідовниками. Але не тільки традиційні релігії широко використовують засоби мережі, новітні релігії, зокрема, так звані кіберрелігії також ними не нехтують. Більшість дослідників кіберрелігій погоджуються в тому, що віртуальний простір є новим, створеним

за допомогою комп'ютерних технологій Універсумом, в якому можливий такий обмін інформацією, який є недоступним в реальному світі.

Розглядаючи потенціал нових медіа у сфері релігійної комунікації в першу чергу слід згадати соціальні мережі, тематичні блоги, мережі різноманітних мікро-блогів та громадське Інтернет-телебачення. Щодо стосується соціальних мереж, то вони, використовують різні види подання інформації, нівелюють відстань між учасниками комунікації, є інтерактивними, публічними та індивідуалізованими, тобто, соціальні мережі мають складну систему взаємозв'язків та володіють високим рівнем самопрезентації учасників комунікації. А також слабо піддаються цензурі, мають діалогічно-масовий характер і саме тому широко використовуються у комунікативних релігійних процесах.

За допомогою нових засобів комунікації, в якості яких виступають мас-медіа, різноманітні релігійні конфесії отримують можливість представляти себе перед світським суспільством. Ця представлення є конвергентним, адже воно поєднує різні види передачі інформації, такі як аудіо, відео, текстові повідомлення. Масмедіа надають можливість більш широкої соціальної взаємодії і представляють мінімум відповідальності за представлений контент; вони є відкриті та доступні для всіх релігійних конфесій і забезпечують анонімність

На Україні, так як і у всьому світі, зустрічаються різні точки зору на використання віруючими нових технологій: від різкого засудження прихильниками традиційних засобів комунікації, до схвалення тими, хто не бажає втрачати нові можливості розширити ореол свого впливу. Релігійні комунікативні процеси у мережі є одночасно масовими і індивідуальними, а їх інтерактивність забезпечує живе діалогічне спілкування між віруючими і підвищує ефективність просвітницької та місіонерської діяльності. Отже, зростання активної діяльності релігійних конфесій у мережі сприяє збереженню здоров'я людей і запобігає поширенню коронавірусу Covid-19, що є особливо актуальним в умовах пандемії.

## **Висновки**

Комунікація – це складний процес, що є важливою формою активності людини, без якої є неможливими мисленнєва, пізнавальна і практична діяльність. Комунікація включає в себе обмін інформацією між суб'єктами комунікативного процесу, на основі якого людина приймає рішення і повідомляє його іншим. У комунікативному процесі виділяють чотири основні елементи, це: відправник, повідомлення, комунікативний канал і одержувач. До етапів комунікативного процесу відносять: зародження ідеї, кодування і вибір комунікативного каналу, передачу, декодування, зворотний зв'язок, а також «шум». Серед причин неефективної передачі інформації можна назвати відсутність зворотнього зв'язку, спотворення інформації, перевантаження комунікативних каналів через занадто великий потік інформації тощо.

Ефективність прийнятих рішень, продуктивність діяльності людини залежить від особливостей перебігу комунікативного процесу та від рівня комунікативних навичок людини. Також причиною неефективної комунікації є різні види комунікативних бар'єрів – перешкод, що заважають ефективному спілкуванню. Серед яких виділяють такі основні бар'єри: змістовні, індивідуально-психологічні, соціально-культурні, міжособистісні, організаційні, економічні, географічні та часові.

Розрізняють два основні види комунікації: організаційну та міжособистісну. Серед організаційного виду комунікації виділяють зовнішню (надання інформації про організацію та представлення її широкій аудиторії) і внутрішню (у середині релігійної спільноти). Також можна назвати «усну та письмову комунікацію», а за способом взаємодії виділяють «безпосередню чи опосередковану» (в залежності від того чи користувалися процесі комунікації технічними засобами); формальну (офіційну, що здійснюється у рамках визначених протоколом) і неформальну (неофіційну), «заплановану та спонтанну комунікацію», а також, у відношенні до засобів комунікації, – поняття «первинної та вторинної комунікації».

Глибоко аналізуючи комунікативні процеси у релігійній сфері як на рівні особи так і організації, звернули увагу на випадки неефективної комунікації і способи уникнення конфліктів при веденні суперечок на релігійну тематику. У сучасному світі процес спілкування у релігійній сфері спирається на функції комунікації, серед яких слід виділити інформаційну (представлення інформації широкій аудиторії), інтерактивну (можливість взаємного впливу і зворотнього зв'язку), перцептивну (особливість сприйняття інформації в залежності від рівня освіти, виховання морально-етичних орієнтирів), експресивну (пов'язану з можливістю переживання відчуття єдності, підтримки того, чого часто не вистачає в реальному світі).

Церковне красномовство є результатом релігійної екзальтації, безпосереднього і живого ентузіазму, настільки характерних для проповідей перших століть, або ж плодом спокійної логічної рефлексії, діяльності розважливо-діалектичної. Властиві духовному красномовству художні засоби залишаються незмінними на всьому просторі християнської проповіді і вони складаються з таких елементів.

Мистецтво богословсько-церковного красномовства сьогодні отримує новий вимір, адже у релігійній сфері використання новітніх мас-медіа в якості засобів комунікації, допомагає релігійним конфесіям розширити ореол свого впливу, а інтерактивність забезпечує зворотній зв'язок з віруючими. З іншого відбувається спрощення і «десакралізація» релігійних практик. Сучасна людина опиняється в умовах супермаркету в тому числі і в духовній сфері, де серед представлених релігійних спільнот і конфесій можна вибрати найбільш зручні, ті, що найбільш яскраво представлені в мережі і мають свою сайти, блоги, форуми тощо.

Молитва, як і проповідь, є одним із основних мовленневих видів релігійного дискурсу, з якою проповідник звертається до віруючих. Вона має певну структуру, чітко виражену діалогічну природу, основним принципом організації тексту є повтори, функціонує у вигляді готового тексту, який людина, що молиться наділяє власними переживаннями і переконаннями.

Слід відмітити що існують різні види молитви і кожен має свої особливості: молитва прохання, молитва присвячення, молитва віри, молитва клопотання, молитва згоди. . Спільним для всіх видів є те, що молитва виступає невід'ємним елементом культу будь-якої релігії, основним засобом спілкування з божеством, способом впливу на нього і засобом зв'язку з ним, з метою отримати підтримку. Молитву не варто розглядати окремо від культури, оскільки вона органічно вбирає характерні риси національного дискурсу і є важливою частиною духовного життя народу.

Оскільки, проповідь як і молитва є різновидом релігійного дискурсу, то вони мають деякі спільні риси, наприклад, інформативність, діалогічність тощо. Хоч проповідь, представляючи собою ефективний засіб комунікації, як прямий (безпосередньо перед аудиторією), так і опосередкований засобами масової інформації, включає ще різноманітні модальності для впливу на віруючих з метою зміни світогляду і оцінку, з метою формування ціннісних орієнтирів.

Священнослужитель використовує цілий ряд стратегій при побудові проповіді. Однак, мовна стратегія фасцинації, яка визначає проповідь як текст, що апелює до емоцій та естетичного почуття слухачів, визнається однією з головних у мистецтві проповідування. Тут при виголошенні проповіді вирішальне значення проповідник віддає вибору риторичних способів переконання і лінгвістичних засобів вираження. І саме в емоційному впливі полягає суть мовленнєвої стратегії фасцинації.

Загальні комунікативні стратегії представлені наступними:

мовною стратегією самоідентифікації в релігійному дискурсі і в проповіді зокрема, націленою на усвідомлення спільності одновірців та їх відмінності від інших; мовною стратегією пояснення, що орієнтується на інформування людини, передачу їй знань і думок про світ; оцінююча мовна стратегія висловлює суспільну значущість проповідника як представника церкви, наставника, який розкриває сенс релігійного віровчення і реалізується у праві священика давати оцінку подіям, обставинам і персонажам; мовна стратегія закликів визначається метою проповідницького виступу, яка полягає в заклик

слухачів до віри і покаяння. Проаналізувавши наведені вище стратегії бачимо, що проповідь виступає одночасно як жанр інституційного та побутийного дискурсу.

Сучасний релігійний дискурс у засобах масової інформації реалізується різними способами, має свої особливості та специфічні риси. У ньому склад учасників значно розширюється і хронотоп виходить за рамки однієї певної конфесії, і стає інтегрованим у суспільне життя людей, незалежно від їхнього соціального статусу та релігійної приналежності. Учасниками такого спілкування стають практично всі люди, які так чи інакше беруть участь у комунікації за допомогою нових мас-медіа. При цьому одні є активними учасниками такого спілкування, інші пасивними реципієнтами інформації. Щодо цілей спілкування, то вони не відрізняються від цілей самої релігії та цілей релігійного дискурсу, тому тут не виявлено жодних особливостей.

На наш погляд, певною мірою, стогодні майбутнє людства залежить від ефективності комунікації релігій між собою, комунікації конфесій всередині однієї релігії, а також, безсумнівно, і комунікації віруючих, невіруючих, атеїстів і тих, хто ще не визначився зі своєю світоглядною позицією. Ця проблема стає однією з вирішальних умов виживання планети і людства, запобігання глобальному зіткненню країн і народів.

Сьогодні відбувається поступове проникнення інноваційних технологій, зокрема всесвітньої мережі Інтернет, у найрізноманітніші сфери життя людини – сферу освіти, професійної діяльності, сферу дозвілля, сферу комунікацій, сферу релігії тощо. Кожна людина отримує можливість не лише пасивно споглядати культурні явища, але бути їх активним творцем у новому світі віртуальної реальності, що призводить до нового розуміння поняття «соціальної присутності».

Релігійна сфера також не відстає, широко використовує можливості «всесвітньої павутини» для поширення інформації та створення зворотного зв'язку зі своїми можливими послідовниками. Але не тільки традиційні релігії широко використовують засоби мережі, новітні релігії, зокрема, так звані

кіберрелігії також ними не нехтують. Більшість дослідників кіберрелігій погоджуються в тому, що віртуальний простір є новим, створеним за допомогою комп'ютерних технологій Універсумом, в якому можливий такий обмін інформацією, який є недоступним в реальному світі.

Розглядаючи потенціал нових медіа у сфері релігійної комунікації в першу чергу слід згадати соціальні мережі, тематичні блоги, мережі різноманітних мікро-блогів та громадське Інтернет-телебачення. Щодо стосується соціальних мереж, то вони, використовують різні види подання інформації, нівелюють відстань між учасниками комунікації, є інтерактивними, публічними та індивідуалізованими, тобто, соціальні мережі мають складну систему взаємозв'язків та володіють високим рівнем самопрезентації учасників комунікації. А також слабо піддаються цензурі, мають діалогічно-масовий характер і саме тому широко використовуються у комунікативних релігійних процесах. За допомогою нових засобів комунікації, в якості яких виступають мас-медіа, різноманітні релігійні конфесії отримують можливість представляти себе перед світським суспільством. Ця представлення є конвергентним, адже воно поєднує різні види передачі інформації, такі як аудіо, відео, текстові повідомлення. Масмедіа надають можливість більш широкої соціальної взаємодії і представляють мінімум відповідальності за представлений контент; вони є відкриті та доступні для всіх релігійних конфесій і забезпечують анонімність. На Україні, так як і у всьому світі, зустрічаються різні точки зору на використання віруючими нових технологій: від різкого засудження прихильниками традиційних засобів комунікації, до схвалення тими, хто не бажає втрачати нові можливості розширити ореол свого впливу. Релігійні комунікативні процеси у мережі є одночасно масовими і індивідуальними, а їх інтерактивність забезпечує живе діалогічне спілкування між віруючими і підвищує ефективність просвітницької та місіонерської діяльності. Отже, зростання активної діяльності релігійних конфесій у мережі сприяє збереженню здоров'я людей і запобігає поширенню коронавірусу Covid-19, що є особливо актуальним в умовах пандемії.



## Список використаної літератури.

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Риторика: Навч. посібник. – Львів: Світ, 2001. – 240 с.
2. Авраменко О.О., Яковенко Л.В., Шийка В.Я. Ділове спілкування: Навчальний посібник. / За наук. ред. О.О. Авраменко. – Івано-Франківськ, «Лілея-НВ», – 2015. – 160 с.
3. Александрова Е.А. Культурологический анализ особенностей трансляции идей и ценностей в контексте современной религиозной ситуации / Религия и Коммуникация: материалы VI Международной научно-практической конференции, Минск, 18–20 апреля 2019 г. – Минск, Ковчег, 2019. – 402 с. – С. 274-278.
4. Бабинська С., Завадська Ю., Карапінка М., Кулигіна О. Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння: Ездра, 2012. 240 с.
5. Бацевич Ф.С. Лінгвістична генологія: проблеми і перспективи : монографія / Ф. С. Бацевич. – Львів : ПАІС, 2005. – 264 с.
6. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М.: Искусство, 1979. – 424 с.
7. Біблія. /В пер. Івана Огієнка URL: <https://www.truechristianity.info>
8. Бирюкова Е.А. Интернет коммуникация как средство межкультурного общения: жанрове и языковые особенности / Language. Philology. Culture. 6, – 2014 URL: <http://publishing-vak.ru/file/archive-philology-2014-6/5-biryukova.pdf>
9. Богачевская И.В. Религиозный дискурс как объект философско-религиоведческой рефлексии // Культура народов Причерноморья. АРК, 2006. № 79. С. 119-121.
10. Васільєва О. Релігія в структурі духовних цінностей – URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua>
11. Губарь О.І., Саладис І.В. Культурно-цивілізаційні виміри правової комунікації / Політ. Сучасні проблеми науки. Гуманітарні науки: тези

доповідей XXI Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. – Т. 2 – К., НАУ, 2021, – 402 с. – С. 381-382.

12. Дротянко Л.Г. Комунікації в соціальних мережах і феномен мультикультуралізму /Дротянко Л.Г. – Вісник НАУ. Серія: Філософія. Культурологія. – 2019. – № 1 (29) – С. 16-21.

13. Дротянко Л.Г. Міжкультурна комунікація і толерантність перед лицем глобальних загроз / Дротянко Л.Г., С.М. Ягодзінський – Вісник НАУ. Серія: Філософія. Культурологія. – 2020. – № 1 (31).

14. Гуревич А.Я. Средневековый мир: культура безмолвствующего большинства. — М.: Искусство, 1990. — 396 с.

15. Грива О.А. Современные коммуникации как средства расширения пространства диалога в поликонфессиональном мире / Религия и Коммуникация: материалы VI Международной научно-практической конференции, Минск, 18–20 апреля 2019 г. – Минск, Ковчег, 2019. – 402 с. – С. 146-149.

16. Дарморіз О. Формування людини нового типу та трансформація релігійності в інформаційному суспільстві // Вісник Національного університету «Львівська політехніка», Філософські науки, Vol. 2, No. 2, – 2016. – С. 75 - 80.

17. Дрешпак В.М. Комунікації в публічному управлінні: навч. посіб. ДРІДУ НАДУ, 2015, 168 с.

18. Єнін М.Н. Масова комунікація // Велика українська енциклопедія. URL: [https://vue.gov.ua/Масова комунікація](https://vue.gov.ua/Масова_комунікація) (дата звернення: 12.12.2021).

19. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики: Навчальний посібник / За науковою редакцією В. В. Різуна — К.: Центр Вільної Преси, 2010. — 258 с.

20. Жарков Е.Д. Общение и контекст // Проблемы моделирования психической деятельности / Е. Д. Жарков. – Выпуск 2. – Новосибирск, 1968.

21. Жичкина А.Е. Социально-психологические аспекты общения в Интернете. М.: Дашков и Ко, 2004. С. 117 с.

22. Звернення Блаженнішого Митрополита Київського і всієї України Володимира до учасників VII Міжнародного фестивалю православного кіно та ЗМІ «Покров». Володимир (Сабодан). Доповіді, промови, звернення. Київ: Видавничий відділ УПЦ, 2011. 422 с.
23. Звіт про мережу церков і релігійних організацій в Україні станом на 01.01.2018 р. URL: [https://risu.org.ua/ua/index/resources/statistics/ukr\\_2018/70440/](https://risu.org.ua/ua/index/resources/statistics/ukr_2018/70440/) (дата звернення: 11.09.2018).
24. Зражевська Н.І. Нові медіа і нові форми комунікації в медіа культурі. Current issues of mass communication. 2013. Issue 14. С. 70-75. URL: [http://er.ucu.edu.ua/bitstream/handle/1/1015/apmk\\_2013\\_14\\_16.pdf](http://er.ucu.edu.ua/bitstream/handle/1/1015/apmk_2013_14_16.pdf)
25. Кант І., Критика чистого розуму / Пер. з нім. І. Бурковського. — К.: Юніверс, 2000. — 504 с.
26. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 331 с.
27. Крысов О. К вопросу о глобализационном дискурсе / Современный дискурс анализ URL: [http://discourseanalysis.org/ada2\\_1/st19.shtml](http://discourseanalysis.org/ada2_1/st19.shtml)
28. Кожемякин Е. Медиадискурс / Современный дискурс анализ URL: [http://discourseanalysis.org/ada2\\_1/st20.shtml](http://discourseanalysis.org/ada2_1/st20.shtml)
29. Козиряцька А.В. Мережеві християнські видання українського медіапростору: монографія. Запоріжжя: Просвіта, 2017. 192 с.
30. Козак А. Міжкультурна комунікація в контексті діалогу культур / Наукові записки: Серія: Філологічні науки, Випуск 118., с.106. -109.
31. Косюк О.М. Теорія масової комунікації : навч. посіб. / О.М. Косюк. – Луцьк: ВНУ ім. Лесі Українки, 2012. – 384 с.
32. Кротков Е. Современный дискурс анализ URL: <http://discourseanalysis.org>
33. Локк Д. Письмо о веротерпимости // Д.Локк. Избранные философские произведения: В 2 т. Т.2. М., 1960. 369 с.
34. Лукіна Л.Р. Проповідь як жанр у польському церковно-релігійному дискурсі. Міжнародна науково-практична онлайн конференція «ІХ

Міждисциплінарні гуманітарні читання». Тези доповідей (21-22 листопада 2020 року) / за ред. Г. Боряка, А. Блануци. - Київ: Поліграфічна д-ця Ін-ту історії України НАН України, 2020. – 94 с. – С. 54-55.

35. Ніцше Ф. Так казав Заратуштра. Жадання влади. /пер. А. Онишко, П. Таращук URL: <https://chtyvo.org.ua>

36. Одарчук Н.А., Неділько С. (2018) Реалізація мовленнєвого впливу в сучасному англomовному релігійному дискурсі. Актуальні питання іноземної філології . Луцьк. № 9. С. 154-161.

37. Онопрієнко В.І. Наукове співтовариство: Вступ до соціології науки. – К.: ЦДПН НАН України, 1998. – 98с.

38. Петрушкевич М.С. Релігійна комунікація у контексті медіакультури//Антропологічні виміри філософських досліджень. 2014. С. 56-68.

39. Петрушкевич М.С. Релігійний контент у нових медіа: український сегмент // Гілея: науковий вісник., К.: «Видавництво «Гілея», 2019., Вип. 141 (2), Ч. 2. Філософські науки.

40. Послання Папи Франциска на 48-й Всесвітній день суспільних комунікацій. URL: <http://credo.pro/2014/02/110721>

41. Почепцов Г.Г. Теорія комунікацій. К.: Київський університет, 1999, 238 с.

42. Різун В. Природа й структура комунікативного процесу / В. Різун // Наук. зап. Ін-ту журналістики. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – 2000. – Т. 2. – С. 17–37.

43 Савицький Д. «Російський гомілетик початку XVIII ст. Йоакім Богомолловський», Київ, 1902.

44. Самарина Т.С. Феноменология религии Ф. Хайлера . – Вести, Волгогр. гос. ун-та. Сер 7, Филос. 2016. №2 (32). URL: <https://cyberleninka.ru>

45. Сідоркіна О.М., Скиба О.П Чинники формування сучасного релігійного простору в Україні: соціально-філософський аспект // European philosophical and historical discourse . – Vol.4. – Issue 4, 2018. (Copernicus). – p. 124-128.

46. Скиба О.П., Губарь О.І. Екологічна культура людини як основа гармонійного розвитку суспільства – Вісник НАУ. Серія: Філософія. Культурологія. – URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/9112/simple-search?filterquery=Skyba>
47. Скиба О.П., Губарь О.І. Особливості комунікативних процесів у релігійній сфері в інформаційному суспільстві. Київ: НАУ, 2021. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/9112/simple-search?filterquery=Skyba>
48. Скиба О.П. Наукова комунікація в умовах інформатизації суспільства / Соціальні комунікації інформаційного суспільства: теоретичні та прикладні аспекти: монографія/ Скиба О.П., Скиба І.П., Сідоркіна О.М., Шоріна Т.Г. – К.: Талком, 2020. – 260 с.
49. Скиба О.П. Інформаційні технології: соціокультурний аспект – Вісник НАУ. Серія: Філософія. Культурологія. – 2017. – № 2 (26) – С. 105-108.
50. Словник української мови: в 11 томах / Білодід І.К., Бурячок А.А. – Київ: Наук. думка, 1970 – 1980.
51. Смирнова М. Проповідь у релігійному православному дискурсі хх століття: лінгвопрагматичний аспект / Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук Маріуполь – 2016.
52. Сударкина Е.Ю. Риторика : учеб. пособие / Е. Ю. Сударкина ; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир : Изд-во ВлГУ, 2021. – 96 с.
53. Тоффлер О. Метаморфозы власти: Пер. с англ. Москва: ООО Издательство АСТ, 2003. 669 с.
54. Тріщук О.В. Наукові підходи до визначення різних типів дискурсу/ Соціальні комунікації, – URL: № 4 (58), 2017 р. <http://ttdruk.vpi.kpi.ua>
55. Форум InVictory. Умовля польовання. URL: <http://www.invictory.com/terms.html#communication> (дата звернення: 16.09.2018)
56. Филипчук С. Трансформації нових медіа християнських конфесій України /Релігієзнавство і теологія.: м. Острог, Національний університет «Острозька академія», №м 5 (157) 2018.

57. Фуко М. Археология знания – Киев, «Ника-центр», 1996а. – 208 с.
58. Чекан Я. Трансформація релігії у епоху високих технологій – URL: <http://bit.ly>
59. Чумакова К. Религиозный дискурс в массмедиа / Современный дискурс анализ URL: <http://discourseanalysis.org/ada6/st47.shtml>
60. Шарков Ф.И. Коммуникология. Основы теории коммуникации. М.: Дашков и Ко, 2009. 592 с.
61. Шепітько С., Смирнова М. Слово як жанр проповіді: лінгвопрагматичний аспект (на матеріалі проповідей Арсенія (Яковенка), митрополита Святогорського) – *Przegląd wschodnioeuropejski* ix/1 2018: 299 - 308, URL: <http://www.uwm.edu>
62. Gudykunst W.D., Kim Y.Y. (Eds) *Theories in Intercultural Communication*. // Newbury Park: Sage, 1988.
63. Dawson The mediation of religious experience in cyber-space. *Religion and Cyberspace*. Edited by Morten Hojsgaard, Margit Warburg. New York: Taylor & Francis, 2005. P. 15-37.
64. Lasswell H. «The Structure and Function of Communication in Society»: 2007, s.215-228. URL: <https://marketing-course.ru>
65. O'Leary S.D. Cyberspace as Sacred Space. *Communicating Religion on Computer Networks*, *Journal of the American Academy of Religion*. 64 (4), 1996, pp. 781-808.
66. O'Leary S.D. Utopian and dystopian possibilities of networked religion in the new millennium. *Digital Culture Books*, University of Michigan Press: University of Michigan Library, 2010, P.44.
67. *Solidarity: The Journal of Catholic Social Thought and Secular Ethics*  
Режим доступа: <https://researchonline.nd.edu.au/solidarity>
68. Hojsgaard M. (Ed.), Warburg M. (Ed.). *Religion and Cyberspace*. London: Routledge., 2005, 207 p. DOI: <https://doi.org>