

## **Секция «Философия. Культурология. Религиоведение»**

### **Коммуникативные средства христианской проповеди в контексте формирования массового сознания**

*Ломачынська Сvitлана Владимировна*

*Студент*

*Киевский Национальный Университет имени Тараса Шевченко, Философский факультет, Киев, Украина  
E-mail: svitlana9@bigmir.net*

В современных исторических условиях, обусловленных возвращением к традиционным христианским ценностям, обретает новый смысл значение религиозной коммуникации, фундаментальным и первичным жанром которой является проповедь как эффективное средство воздействия на массовое сознание религиозной общины.

В историческом контексте истоками проповедничества можно считать проповеди Иисуса Христа, который, придя для служения человеческому роду, начал свою проповедь словами: «Покайтесь, ибо приблизилось Царство Небесное» (Мф. 4:17), а затем завещал апостолам продолжать его дело, из уст которых не сходила известие о Евангелии, о Царстве Божьем.

Анализируя определяющие факторы религиозной коммуникации с позиции ее главных составляющих (коммуникант, реципиент, сообщение), можно отметить, что в данном аспекте основной задачей манипуляции общественным сознанием является изменение (временное или длительное) общественных ценностных ориентиров определенной группы индивидов, поэтому основной акцент следует сделать на коммуникативной позиции реципиента. В контексте религиозного проповедничества реципиентом выступает массовая совокупность индивидов, объединенных общими религиозными убеждениями, которые положительно настроены на восприятие информации от проповедника. Таким образом, одним из доминантных факторов ретрансляции религиозных идей является наличие массового сознания, потому что для массы характерны следующие черты: она легковерна и чрезвычайно легко поддается влиянию, она не критична, и, поэтому, в определенной степени убедительную информацию воспринимает как истинную. Она думает образами, порождаящими друг друга ассоциативно, - как это бывает у отдельного человека, когда он фантазирует, - не выверенными разумом на соответствие относительно действительности. Масса, таким образом, не знает ни сомнений, ни неуверенности.

У греческого философа Горгия есть идея, что с помощью логики так называемого «коммуникативного обольщения», основанного на вере в неоспоримость предлагаемых истин, слово становится «могущественным властелином», который, обладая маленьким и совершенно невидимым телом, успешно осуществляет свои чрезвычайно чудесные деяния. Таким образом, исторические слова, яркие формулы или образцовые поступки обретают собственную реальность. Но они были задуманы и точно просчитаны, инсценированные только для того, чтобы зажечь убеждения. Поэтому стратегии пропаганды предназначены для преобразования индивидов в толпу и вовлечения их в определенную деятельность: «Как призвать Того, в Кого не уверовали? Как поверить в Того, о Ком не слышал? Как слышать без проповедующего? Итак, вера от слышания, а слышание от Слова Божия» (Рим. 10:14-17). Таким образом, основным коммуникативным средством религиозной пропаганды становится ясное и безоговорочное утверждение однозначной

позиции, господствующей идеи, при том, что информационное содержание сообщения может быть поверхностным. Утверждение в любой речи означает отказ от обсуждения, поскольку власть человека или идеи, которая может подвергаться обсуждению, теряет всякое правдоподобие. Это означает также просьбу к аудитории, к толпе принять идею без обсуждения такой, какой она есть, без взвешивания всех «за» и «против» и отвечать «да» не раздумывая [2]. Учитывая тот фактор, что в религиозной коммуникации сообщение, полученное от пастыря содержит наиболее желанную для реципиента информацию, поэтому под влиянием массового сознания происходит процесс нивелирования личностного критического отношения к ее содержанию. Происходит своеобразное самовнушение, когда массовая коммуникация на личностном уровне превращается в автокоммуникацию, а идеи проповедника предстают как собственные убеждения.

Ценностный аспект религиозной коммуникации заключается прежде всего в том, что она может пониматься как высшее благо, то есть как то, благодаря чему вообще существует рациональное жизненное пространство. Коммуникация получает статус высшей ценности вследствие того, что она мыслится как способ бытия мира в целом («Вначале было слово...»). На гносеологическом уровне наиболее активно реализуются следующие функции религиозной коммуникации: когнитивная, что находит свое выражение в процессе формирования представлений, понятий, суждений, выводов и побудительная, которая детерминирована коммуникативной установкой - побудить реципиента выполнить определенное действие, - и актуализируется с помощью эксплицитных средств (убеждение, приказ, просьба), выбранных в зависимости от статусно-ролевых отношений коммуникантов.

Но если проповедник искренне верит в свои идеи и получает вдохновение от их духовного содержания, а именно, когда коммуникативное воздействие на поведение религиозного сообщества становится следствием его духовного превращения, в этом случае коммуникативная деятельность из управления (когда основным фактором коммуникативного взаимодействия является коммуникант), трансформируется в подражание (такие объект - субъектные отношения, когда коммуникант выступает образцом для дальнейшей деятельности реципиентов). Поэтому, если проповедник четко понимает свою цель и пытается эффективным образом донести ее до других, главным в его проповедничестве становится вдохновение: то особое состояние души, которое передается другим людям и стимулирует их волю к совершению тех или иных поступков. Стремление к совершенствованию заставляет проповедника изменять его отношение к коммуникативной аудитории, и предметом его миссии становится не «управление стадом, а управление людьми» [1]. Ведь главной задачей проповедника является обращение слушателей к принятию определенного решения.

В то же время христианскими мыслителями высказываются мнения об особом значении слова в аспекте влияния на массовое сознание при осуществлении актов коммуникации. В контексте утверждения христианской морали слово выступает средством спасения человека, ведь посредством коммуникации происходит открытие неведомой истины, оберегающей от духовных ошибок: слово наше - мощная помощь выполнению Всесвятой воли Божией в нас [3]. Свое влияние проповедь выражает в просветлении человеческого разума и объяснении Божественной истины на пути спасения для достижения духовного совершенства.

Таким образом, любое слово произнесенное проповедником, в конечном результате

является результатом отражения человеком окружающего мира, проблем, существующих в настоящее время в обществе. И именно поэтому слово Божие, которое является истинным и бесспорным, выступает главным средством убеждения проповедника, который доносит его общине, ведь общество получает «Веру от слышания, а слышание от слова Божия» (Рим. 10:17).

### **Литература**

1. Брага Д. Как подготовить библейскую проповедь. СПб. 2000.
2. Московичи С. Наука о массах. [Электронный ресурс] / С.Московичи. - Режим доступа: [[http://www.vusnet.ru/biblio/archive/moskovichi\\_nauka/03.aspx](http://www.vusnet.ru/biblio/archive/moskovichi_nauka/03.aspx)].
3. Филарет (Гумилевский), архиеп. Об употреблении дара слова/ Филарет (Гумилевский) // Черниговские епархиальные известия.– 1861. – № 2. – Прибавление.