

РЕЛІГІЙНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ РЕЛІГІЙНИХ ВІДНОСИН

У даній статті розглядаються змістовні характеристики терміну «комунікація». Зазначається, що релігійна комунікація, в першу чергу, це взаємодія між комунікаторами для отримання певної інформації чи, з іншого боку, переконання іншого. В статті підкреслено, що для того щоб комунікація відбулася, потрібні два, інколи три, комунікатори. Також автором визначені основні ознаки релігійної комунікації та її функції і критерії ефективності релігійної комунікації. У дослідженні анонсовано ряд рекомендацій, які можуть покращити релігійну комунікацію та перераховані застереження, яких потрібно дотримуватися, оскільки релігійна комунікація поліконфесійна і в ній є ряд табу щодо використання різноманітних релігійних термінів.

Ключові слова: релігійна комунікація, спілкування, горизонтальна комунікація, вертикальна комунікація, етикет.

This article examines the substantive characteristics of the term “communication”. It is noted that religious communication is primarily an interaction between communicators to obtain certain information or, on the other hand, to persuade another. The article notes that for communication to take place, two, sometimes three, communicators are needed. The article identifies the main features of religious communication and its functions, and defines its effectiveness criteria. The study announces a number of recommendations that can improve it and lists cautions that should be followed, since religious communication is multid denominational and there are a number of taboos in the use of various religious terms.

Key words: religious communication, communication, horizontal communication, vertical communication, etiquette.

Актуальність проблеми. Релігійна комунікація, як системно узгоджений процес діяльності релігійних організацій (громад), відбувається як на вертикальному, так і на горизонтальному рівнях. Вона реалізується через зовнішню структуру релігії (релігійні уявлення, релігійні погляди, релігійні дії та інституції). Вона може працювати ефективно тільки тоді, коли є взаємодія і взаємовідносини сугесторів (комунікаторів, інформаторів). Її ефективність можлива, коли узгоджено працюють комунікатори, й коли духівник (пастор) володіє знаннями та досвідом риторично-комунікативного процесу, має навички комунікації, практики взаємовідносин та відповідні морально-психологічні якості (референтність, чесність, порядність, етикетність, комунікаційна культура).

Ефективність релігійної комунікації залежна як від першого, так і другого. Тут працюють як принципи, вимоги до знань, вмінь, навичок, комунікативної культури духівника (пастора). Тобто комунікативна система працює як на діадному – людина – божество, так і на тріадному рівні – людина – духівник (посередник) – божество. Тобто знання, богословська культура, уміння, досвід є ядром ефективності релігійної комунікації.

Стан розробки проблеми. Дана проблема є малорозробленою, оскільки нею в більшості займалися як риторичною, аналізувалися: культура спілкування, культура комунікації, культура взаємовідносин і мало в дослідженнях йшла мова про побудову релігійної комунікації та релігійних взаємовідносин у релігійних співтовариствах. Тому ця проблема є не тільки перспективною, але вимагає подальшого дослідження.

У контексті риторичної майстерності та риторичної комунікації дослідженням релігійної комунікації займалися В. Докаш, Г. Чайка, О. Оплюк, Л. Мацько, Т. Білоусова, Т. Гриценко.

Релігійною комунікацією та її специфікою займалися Л. Бодак, Л. Балаклицький, Л. Филипович, Є. Юнусова, Л. Виговський, А. Колодний, І. Богачевська і В. Титаренко.

Мета статті: висвітлити особливості релігійної комунікації.

Виклад основного матеріалу. Якщо мова йде про релігійну комунікацію, то слід мати на увазі, що ми працюємо через зовнішню структуру релігії, яка включає в себе як інструменти, релігійні уявлення, погляди, поняття так і судження. Зауважимо, що це цілий комплекс ідей, образів, пов'язаних із вірою в надприродне, в Бога. Вони зафіксовані у міфах, легендах, догматах віровчення, змісті священних книг, молитов, теоріях і концепціях. Стрижнем цих уявлень є людина – її доля, покликання, питання життя і смерті, смисложиттєві орієнтації, сучасне й майбутнє, добро і зло, і все це в контексті стосунків із надприродним як вищим, довершеним, справедливим, могутнім, благодатним і інколи караючим при порушенні Божественних заповідей і принципів. У релігійних поглядах поєднано фантастичне і реалістичне, які функціонують єдиним планом. Але слід пам'ятати, що головна риса релігійних поглядів – віра в надприродне, без якого як вертикального комунікаційного процесу не може обійтись навіть невіруюча людина. Релігійні погляди, будучи складовою свідомості, існують як на буденному так і на теоретичному рівнях. На буденному рівні вони існують майже протягом усієї історії релігії. Вони загальні, аморфні, фрагментарні, розрізнені, інколи не систематизовані. Специфічною формою існування релігійних поглядів, понять і уявлень є богослов'я (теологія) – вчення про релігію, церкву як дім Божий на Землі. Зауважимо, що якраз релігійні погляди та уявлення є інструментом релігійних настроїв, де це є ті почуття, емоційні стани, які викликає віра у процесі осмислення релігійною людиною зовнішнього світу і власного буття. Це особливий клас психічних процесів, що характеризують ставлення віруючої людини до надприродного та усвідомлення у релігійному плані буттєвих станів, процесів і явищ довкілля. Окреме місце в системі релігійних настроїв займає почуття любові до Бога – прив'язаність, потяг до надприродного. Мотивація цього почуття своїм підтекстом має також любов Бога до людини (зворотна вертикальна комунікація), що реалізується у формі любові до ближнього як реалізації другої заповіді. Відповідно, релігійні уявлення, погляди та настрої включають у процес комунікації релігійні дії (культові відправи, молитви, проповіді, богослужіння), що дає можливість поєднати в одне ціле усі компоненти зовнішньої структури релігії. Тому, релігійні дії можна вважати центром реалізації релігією своїх основних завдань: формування світогляду, лінії поведінки, любов як до ближнього, так і загалом до всього соціуму. Важливо нагадати, що ефективно і системно релігія може працювати через ще один важливий компонент зовнішньої структури релігії. Релігійні інституції, якраз, є найбільш діяльною формою реалізації завдань релігії у плануванні реалізації та життєдіяльності як людини, так і людства. Виходячи із тих глобальних завдань, які в системі комунікації ставить перед собою релігія, ми можемо сказати, що це дає їй можливість виконувати не тільки теологічні, а і соціальні функції, до яких, як ми вважаємо, можна віднести світоглядну функцію, компенсаторно-терапевтичну, регулятивну, обмежувально-узаконуючу, комунікативну – як одну із головних, культурно-формууючу, легітимізуючу та інтегруючо-дезінтегруючу¹.

Релігійна комунікація, як про це пише М. Петрушкевич, це спілкування між віруючими у межах конфесії та міжконфесійні комунікаційні зв'язки, це засіб усвідомлення та відтворення ідентичності та цілісності людини у релігійній площині².

Релігійна комунікація має, як про це говорить М. Бабій, свою структуру. Вона включає різні процеси взаємодії – спілкування, соціалізацію, передачу релігійного досвіду, обмін, засвоєння

¹ Докаш В.І. Загальне релігієзнавство : навч. пос. Чернівці : Наші книги. С. 36–43.

² Петрушкевич М. Релігійні комунікації: християнський контекст : монограф. Острог, 2011. С. 30.

інформації, зміцнення зв'язків – між окремими віруючими, між віруючими релігійної громади, релігійної інституції, духовенством, між релігійними організаціями різного віросповідання³.

Слід сказати, що в процесі релігійної комунікації відбувається передача релігійної інформації, її оцінка, засвоєння, поглиблюється інтеграція, або ж дезінтеграція релігійної спільноти, регулюються відносини між членами громади чи між громадами, конфесіями. Релігійна комунікація може відбуватися і поза громадою. Для того, щоб комунікаційна система діяла, вона повинна мати свою мову та пам'ять (це соціальна пам'ять, яка зберігається за допомогою певних релігійних традицій – такою програмою, як вважає М. Петрушкевич, є культурні коди. Людина в процесі життя, на її думку, постійно вчиться цим кодам. З інформаційно-семіотичної точки зору світ релігійної комунікації складається з двох основних сегментів: смислів та знаків. Тому для позитивної комунікації її учасникам необхідно, вважає М. Петрушкевич, бути обізнаними з цими елементами; їх незнання відповідно спотворює передачу релігійної інформації та обмежує здійснення комунікативної функції релігії⁴.

Слушно зауважимо, що для того, щоб ефективно запустити в роботу комунікаційну систему, сугестор (інформатор) повинен володіти закодованими знаннями, їх розуміти і вправно інформативно їх використовувати.

Тут важливо розуміти, що в релігійній комунікації велику роль відіграють кодові знання, що становлять культурний текст комунікаційної системи (в процесі комунікації необхідно вивчати спроби передачі інформації, оскільки кожне повідомлення, як ми вважаємо, передається через розуміння контексту, який обумовлюється специфікою поведінки тих, хто вступає в комунікацію). Комунікація як акт розуміння, вважаємо ми, відбувається лише у тому випадку, коли умови існування і стилі життя конкретних віруючих будуть збігатися, тобто кодові знання будуть перетинатися. Нагадаємо, що тут працює процес диспозиції як риторичної фігури, коли сугестор повинен логічно структурувати повідомлення, знати змістовні характеристики термінів та їх місце в повідомленні⁵. Отже, не тільки зміст переданої сугестором інформації, але й спосіб її репрезентації в комунікаційних актах, форма її організації, як вважає І. Богачевська, – постають факторами, що визначають структуру загального мовного простору релігії. В результаті, як ми думаємо, формуються подібні способи інтерпретації використовуваних знакових (закодованих) систем і розуміння культурних смислів, що визначають поведінкові програми всього релігійного (конфесійного) співтовариства в цілому⁶.

Зауважимо, що догматичні книги та молитовна практика, їх значення для кожної конкретної релігії, в системі комунікації, свідчать про її подібні риси, наприклад, у християнства, ісламі чи іудаїзмі. Щоправда, потрібно відразу застерегти, що подібності сприймаються лише на рівні загальному, універсальному, так наприклад, у комунікаційному сенсі спорідненими є комунікаційні системи християнства, іудаїзму та ісламу, оскільки, як про це зазначається у академічному релігієзнавстві, центральне місце в них займають священні книги, що є найвищим зв'язком авторитету та постійним джерелом і натхненником комунікації⁷.

Молитовна практика також зближує комунікаційні системи світових релігій. Це зумовлено, перш за все, як ми думаємо, самим феноменом молитви, її функціями (молитви можуть бути як колективними, так і індивідуальними).

Важливо мати на увазі, що у релігії є два головних напрямки комунікацій: від абсолюту – через пророка (наставника, духівника) – до людей; від людей – через пророка (наставника,

³ Бабій М. Поліфункціональність релігії: вияви функціональності релігійного комплексу / Академічне релігієзнавство : підручник / за наук. ред. проф. А. Колодного. Київ : Світ знань, 2000. С. 360.

⁴ Петрушкевич М. Релігійні комунікації: християнський контекст : монограф. Острог, 2011. С. 38.

⁵ Докаш В.І. Мистецтво красномовства, культури спілкування та ділової комунікації. Чернівці – Львів, 2012. С. 84–91.

⁶ Богачевська І.В. Християнська нарративна традиція: методологія філософсько-релігієзнавчого дослідження. Київ : Світ знань, 2005. С. 177.

⁷ Академічне релігієзнавство : підруч. / за ред. проф. А. Колодного. Київ : Світ знань, 2000. С. 372.

духівника) – до абсолюту. Перший напрям обумовлює такий тип релігійної комунікації, як почуте пророком одкровення і пророча проповідь одкровення людям. З іншим напрямом пов'язані богослужіння і молитви, при цьому культ і молитва, як ми про це будемо говорити пізніше, проникають один в одного: молитви включаються в ритуал поклоніння, а елементи священнодійства присутні в молитві (певні емоційні жести, культові словесні форми). Тут одкровення, проповідь і молитва, як форми реалізації культу постають фундаментальними першопочатковими жанрами релігійної комунікації. Комунікація, як ми це означимо пізніше, буває вертикальною та горизонтальною. Поряд із тим, релігійну комунікацію, як і будь-яку іншу, можна аналізувати через вертикальний та горизонтальний її спектри. Зумовлена релігійним світоглядом, релігійна (конфесійна) комунікація, на відміну від світської (більш риторичної), має свою специфіку через її вертикальний та горизонтальний виміри.

У цьому контексті стосунки людини з Богом можна визначити як стосунки по вертикалі, враховуючи те, що будь-які стосунки – це взаємодія, яка може відбуватися в різних формах спілкування людини з надприродним (Богом). Вертикальний тип комунікації виступає як спілкування людини з трансцендентним світом, з Богом та іншими вищими силами. Релігія, у системі комунікації, у будь-якому вигляді постає як спілкування монологічне чи діалогічне з божеством, духом.

Вертикальна комунікація, ми це підкреслюємо, може носити як колективний, так і індивідуальний характер. У першому випадку йдеться про колективне богослужіння, колективні молитви, обряди. З іншого боку, ця комунікація розуміється як індивідуальне звернення до вищих сил, і тоді це індивідуальна молитва. Підкреслимо, що відчуття спілкування з Богом, задоволення потреби в ньому у людей, виникає в процесі їх участі в культовій діяльності. Позитивні емоційні реакції, які з'являються в цей час (психотерапевтична функція релігії) свідчать про те, що суб'єктивне відчуття спілкування з Богом виявляється достатньо сильним і очевидним для віруючої людини, на чому робить наголос у своїй роботі М. Петрушкевич⁸.

Аналізуючи комунікативний простір релігії, Є. Юнусова, наприклад, виділяє дві моделі вертикальної комунікації: теїстична модель, що позначена рухом Бога на зустріч людині та здійснюється у модусі одкровення, та антропологічна модель, яка позначена відповідним рухом людини на зустріч Богу і здійснюється в модусі молитви. Розгляд вертикальної комунікації дає змогу виявити, як вважає Є. Юнусова, її основні принципи: відкритість, діалог, любов, турботу та відповідальність⁹.

Поряд із вертикальним зрізом комунікаційної системи, і це дуже важливо, знаходиться горизонтальна релігійна комунікація – спілкування між самими релігійними людьми. Конфесії, зауважимо, якраз сприяють згуртуванню людей у спільноти (інтеграційна функція релігії), формуючи в них приблизно однакове символічне розуміння світу. Завдяки цьому представники різних конфесійних напрямків можуть відносно легко спілкуватися в межах конфесії однотипно, кодуючи і дешифруючи інформації, використовуючи різні засоби її передачі.

Характерно, що горизонтальний вимір важливий для спілкування співвірників між собою у процесі релігійної діяльності. Саме тут відбувається трансляція (передача) релігійної інформації, її оцінка і відповідне розуміння та засвоєння. На цьому рівні поглиблюється інтеграція або дезінтеграція конкретного релігійного співтовариства, формуються відносини між членами громади. Важливо підкреслити, як про це пише Л. Виговський, що саме спілкування, культові споруди носять не тільки релігійний характер, оскільки там можуть вирішуватися і актуальні проблеми повсякденного і суспільного життя, і вирішуватися мирські проблеми¹⁰.

⁸ Петрушкевич М. Релігійні комунікації: християнський контекст : монограф. Острог, 2011. С. 41.

⁹ Юнусова Є.І. Комунікативний простір релігії в європейській культурі : автореф. дис. ... канд. філос. наук : 09.00.04. Харків, 2005.

¹⁰ Виговський Л. Комунікативно-трансляційна функціональність релігії та основні форми її вияву. *Академічне релігієзнавство*. 2004. № 1 (29). С. 32.

Релігійно-обрядове спілкування як процес обміну певними відчуттями і знаннями вірних можливе, як ми думаємо, лише за умови, якщо між суб'єктами, які вступають в нього, як комунікаційний процес, встановлюється не просто взаємопорозуміння, а й єдність думки щодо віроповчального та емоційного змісту того чи іншого обрядового дійства, коли переконання віруючих щодо цінностей збігаються, відображаючи такі цінності за допомогою символічних засобів (таїнств, обрядів, молитви), які впливають на емоційно-почуттєву сферу людей, обряди таким чином стимулюють появу і розвиток емоцій, переживань і настроїв, які відповідають цінностям релігійної людини.

Комунікація, на нашу думку, – це завжди взаємодія партнерів, де в кожного є мета – обмін поглядами, думками, переконаннями, спробою змінити погляди та переконання опонента, співрозмовника.

Релігійна комунікація – сукупність вербальних і невербальних мовних операцій, де комунікатори мають мету переконати одне одного в істинності своїх повідомлень, та в результаті яких відбувається обмін інформації на рівні доктринально-конфесійних принципів в результаті міжособистісної (духовна особа – релігійна людина) та колективної (релігійна людина – релігійна організація) взаємодії.

Мета релігійної комунікації – формувати певні переконання або змінити їх на інші.

Релігійна комунікація як взаємодія суб'єктів спілкування передбачає наявність двох, інколи трьох комунікаторів – мовників, які в результаті передачі певної інформації виводять людину як суб'єкта комунікації (інформатора) на зв'язок з трансцендентним абсолютом.

Нагадаємо, що специфіка релігійної комунікації полягає в наявності двох, інколи трьох комунікаторів як суб'єктів спілкування: вмотивований мовник – прохач – посередник (медіатор) між людиною та трансцендентним абсолютом.

Релігійна комунікація ритуальна та узвичаєно традиційна, стереотипна, традиційно-консервативна.

Ритуал в релігійній комунікації відіграє особливу роль та передбачає логічну послідовність дій з боку двох основних комунікаторів – релігійної людини – прохача та посередника (духовної особи, яка виконує певні ритуальні дії).

Ефективність релігійної комунікації забезпечується за рахунок правильності культових дій як з боку комунікатора-прохача, так і відповідних дій з боку посередника – медіатора, якому довіряє людина як авторитету та наділеному особливими здатностями можливості виводити релігійну людину у спілкування з божеством. Релігійна комунікація можлива не тільки через посередника (духовної особи), але й за допомогою фетишів (хрести, ікони, амулети, обереги тощо).

Основними ознаками релігійної комунікації є:

- 1) ритуальність;
- 2) традиційність;
- 3) вмотивованість;
- 4) переконаність;
- 5) емоційність;
- 6) ієрархічність;
- 7) конфіденційність;
- 8) законопослушність;
- 9) зорієнтованість на отримання певної прагматичної віддачі.

Релігійна комунікація може бути як інтимно-особистісна, так і дистанційна – людина – божество.

До основних функцій релігійної комунікації відносяться:

- інформаційно-транслятивна;
- пізнавальна;
- віроповчальна;

- гносологічна;
- аксіологічна;
- інтеграційна;
- навіювальна;
- комунікативна;
- психолого-терапевтична;
- емотивна;
- поведінкова (формування ліній поведінки згідно божественним установкам (заповідям та соціально установленим нормам взаємовідносин у суспільстві та певному законодавству).

Враховуючи поліконфесійність та широкий спектр конфесійного різноманіття релігійних організацій (традиційні, не традиційні, новітні релігійні культури) специфіка релігійної комунікації полягає в орієнтації на норми та доктринальні принципи тієї чи іншої конфесії, що й потрібно враховувати при побудові взаємодії з тим чи іншим представником релігійного напрямку.

Основною вимогою формування релігійної комунікації є повага до переконань та іншої точки зору комунікатора – опонента, знання доктринальних принципів відповідної конфесії та вмільний підбір термінів для мовного спілкування і знання табу на використання тих чи інших понять та термінів, заборонених у даній конфесії.

Слід підкреслити, що важливим компонентом релігійної комунікації є культ, який носить важливий психологічний аспект впливу на свідомість релігійної людини. Розкриваючи психологічний феномен релігійного культу, слід підкреслити, що це, з одного боку, символічні дії, форми спілкування з надприродним, а з іншого – спроба опосередковано через трансцендентне вирішити земні проблеми. Релігійний культ є зовнішнім виявом віри, це структурний компонент зовнішнього характеру релігії. Реалізується він у ритуальних, обрядових діях, що є для віруючих засобом спілкування з надприродним. Беручи в них участь, людина сподівається привернути до себе увагу надприродних сил, випросити у них підтримку та допомогу. Особлива значущість культових дій для віруючих виявляється в урочисто- таємничому, піднесено-хвилюючому їх проведенні, використанні соціально- психологічних механізмів (навіювання, емоційне зараження, наслідування), засобів символізації та естетизації. Все це благотворно впливає на психіку, передусім, на емоційну сферу релігійної людини, нейтралізуючи тривожні емоції, стимулюючи душевний спокій, оптимізм (психотерапевтична функція релігії).

Зазначимо, що культ в його функціональності є обрядовою складовою релігії. Його, наявність відрізняє релігію від інших форм суспільної свідомості.

Для кращого розуміння ролі релігійного культу в системі релігійної комунікації визначимо його етимологію – релігійний культ (лат. *colo* – обробляю, вшановую) – спрямована на встановлення двосторонніх стосунків між людиною і надприродним символічна обрядова діяльність, у якій втілені релігійні уявлення віруючих.

Важливо підкреслити, що кожна релігія має свою культову систему з певними особливостями, що зумовлено догматами віри та релігійними уявленнями віруючих. Але психологічна сутність культів усіх релігій однакова. Функціональну структуру культу створюють певні відправи (обряди, ритуали, молитви, богослужіння, таїнства, містерії). За змістом, як ми думаємо, їх можна поділити на дві групи:

- 1) різні форми символічного звернення до надприродного;
- 2) відтворення зображення різноманітними засобами (матеріалізація) релігійних догматів, сюжетів.

Для них характерне те, що у культовій практиці вони взаємопов'язані, здійснюються у храмах, молитовних будинках, святилищах.

Г.В.Ф. Гегель у свій час зауважував, що завдяки культу підноситься буденна свідомість, у наслідок чого людина усвідомлює та відчуває присутність у ній божественного і свою єдність

з ним. Можемо сказати, що таким чином людина «розчакловує» буденність. На переконання релігійної людини, у такі моменти відбувається особливий зв'язок між виконавцями обряду і надприродними силами та істотами, яким адресовано обряд.

Характерно, що які б стимулятори, засоби впливу щодо учасників культових дій не застосовувались, визначальну роль у мотивації та впливах культових відправ на психіку їх учасників відіграє віра в те, що вони є засобом спілкування з надприродним. Тобто ми ведемо мову про так звану комунікацію через культ, коли є комунікатор – він же людина і другий комунікатор-посередник як зв'язуючий елемент з божеством.

Важливість культу як комунікаційного засобу в житті людини забезпечує йому значущу роль у функціональній структурі релігії.

Характерно, що догматика релігій, етнонаціональний ґрунт, наприклад, на якому вони виникають та існують, зумовлюють особливості їх культів. Але психологічне ядро культів (ставлення як до засобу спілкування з надприродним, катарсис, інтеграція) є незмінним.

Слід мати на увазі, що культ має й соціальну змістовність, оскільки під час культових відправ на їх учасників діють соціально – психологічні механізми.

Яку ж роль відіграють соціально-психологічні механізми у культовій комунікації? Думаємо, що для більшого розуміння слід проаналізувати чим вони є.

Соціально-психологічні механізми – це механізми, які забезпечують утворення і функціонування психічних феноменів, що виникають у процесі безпосереднього спілкування між людьми. До основних засобів їх дії ми відносимо наступні: переконування, навіювання, наслідування. Як же вони працюють? Переконування – це цілеспрямований вербальний вплив однієї людини на іншу або на групу людей, розрахований як комунікативна дія на критичне осмислене науково та емпірично (фактами) обґрунтоване сприймання інформації. Ефективність переконування під час культових відправ залежить від знань, інтелекту, особистих якостей, авторитету, ораторської майстерності священнослужителів, їх уміння впливати на свідомість співвірників. Сприятливими чинниками, які посилюють дію механізму переконування, є атмосфера богослужіння, позитивна налаштованість на них, включених в дійство людей.

Підкреслимо тут, що релігійна інформація, яку наука не може ні довести, ні спростувати, і яка безпосередньо не підтверджується емпірично-чуттєвим досвідом людини, не може опиратися на переконування, тому індуктор (той, хто подає інформацію) апелює до віри. Основним соціально- психологічним механізмом передавання та сприймання релігійної інформації є в даному випадку, навіювання (сугестія). Використання механізму навіювання зорієнтоване не на пізнавальні, аналітичні потенції людини, а на безапеляційне довірливе сприймання інформації та відповідну (віроповчальну) поведінку. Другий засіб комунікативної дії – навіювання це цілеспрямований вербальний (словесний) вплив людини на іншу людину або групу людей, розрахований на сприймання інформації з врахуванням довіри до духівника (пастора), віру. Згідно з психологічною закономірністю, емоційні збудження суб'єкта і здатність його думки до адекватного осмислення ситуації, вчинків (своїх та інших людей) перебувають у зворотньо- пропорційній залежності наростання збудження, яке в більшості має синусоїдну характеристику.

Довіра до інформації, що повідомляється, залежить не лише від сприятливого емоційного збудження в момент її сприймання. Довіряють, вірять людям, які мають авторитет – засноване на довір'ї ставлення до особистості, що безпосередньо залежить від її чесності, справедливості, доброзичливості. Саме ці моральні якості особистості духівника (пастора) викликає довір'я до них. Тому сугестор (інформатор) апелює до авторитету Бога, пророків, предків, мудреців, людей, яких вшановують і поважають, а якщо можливо, то і до власного.

Ефективність навіювання пов'язана також із референтністю сугестора – ставленням, заснованим на визнанні його компетентності в одній чи багатьох сферах, в даному випадку богословської кваліфікації, освіченості. Оптимальним для сугестії є поєднання авторитету

і референтності сугестора. Підкреслимо, що головним каналом навіювання в процесі культових відправ є проповідь як основне джерело релігійної інформації для вірників, які беруть участь у цих відправах. Тут важливо зазначити, що психологічно-освічені духівники (пастори) виголошують проповідь зрозумілою для аудиторії мовою, не перенасичуючи її складними архаїчно-церковними термінами, викликаючи у свідомості віруючої людини звичні їй образи та асоціації, застосовуючи різноманітні риторичні прийоми (інтонації, паузи, наголоси).

Сугестивна сила проповіді залежить від особистості духівника (пастора): глибина його віри, що виявляється у поведінці; від знань і вміння їх подати; від здатності аналізувати факти та емоційно інтерпретувати їх з позицій релігійних догматів і релігійної моралі; від його популярності у громадській думці; від його зовнішньої привабливості, яка визначається насамперед приязним виразом обличчя, ясним теплим поглядом, стриманими манерами, чистотою й охайністю.

Важливу роль для засвоєння релігійної інформації відіграє емоційне зараження. Цей феномен переважно виникає стихійно і найефективніше спрацьовує у великих групах людей (під час богослужінь), коли емоційний стан несвідомо передається від однієї людини до іншої, звужуючи сферу функціонування їх критичного осмислення. Емоційне зараження переважно неусвідомлений процес передавання емоційних станів від однієї людини (групи) до іншої людини (групи), що перебувають у безпосередньому візуальному і (або) вербальному контакті. Основними каналами зовнішнього вияву емоційних станів, через які здійснюється емоційне зараження, є міміка, пантоміміка (рухи тіла, кінцівок), інтонація, тембр голосу. Наприклад, радісно усміхнене обличчя, бадьорі рухи тіла, піднесено-оптимістичні інтонації, чіткий виражений тембр голосу суб'єкта заражають оптимістичною радістю тих, із ким він безпосередньо спілкується, незалежно від їх і його усвідомлення цього. При цьому, ступінь емоційного зараження залежить від багатьох факторів, насамперед від налаштованості об'єктів зараження щодо такого впливу. Тут слід акцентувати, на нашу думку, на тому, що якщо йде мова про комунікативну взаємодію: духівник (пастор-сугестор) і релігійна людина, то емоційне зараження виникає за рахунок того, що є третій посередник – Святий Дух. В даному випадку ми говоримо як про діаду так і комунікативну тріаду.

Ще одним фактором становлення релігійної віри в комунікативному процесі є наслідування, суть якого полягає у свідомому або неусвідомленому повторенні вчинків, дій, стандартів поведінки, які приваблюють суб'єкта як приймача інформації. В даному випадку ми маємо на увазі, що у процес наслідування як сприйняття ідеалу поведінки завжди виступає духівник (пастор) як координатор дій комунікації та зв'язуючий елемент з божеством.

До впливів навіювання, емоційного зараження, наслідування найбільше схильні релігійні люди, які в образі духівника (пастора) бачать ідеал божества. Підкреслимо, що усі соціально-психологічні механізми комунікативного впливу інтенсивніше діють як раз під час культових відправ у релігійних громадах, у яких присутнє фіксоване членство. До них ми в основному відносимо протестантські конфесії (адвентисти, баптисти, п'ятидесятники). Це, на нашу думку, ефективно відображається як в процесах навіювання, наслідування, зараження, так і в сприйнятті одне одного, оскільки даний тип громад передбачає як знання одне одного, так і відношення одне до одного, з врахуванням принципів та нормативів Божих заповідей. Отже, соціально-психологічні механізми у функціональній структурі культових відправ посилюють і скеровують катарсичний ефект культу.

Значну роль у створенні емоційно регулятивного ефекту культового спілкуванням відіграють символічні, наочно-образні, художньо-мистецькі засоби, які своєю незвичністю, таємничою урочистістю, естетичністю, красою, пишністю відповідним чином емоційно збуджують учасників релігійно-комунікативного спілкування.

Ідейно-емоційний зміст культу відправи виразно виявляється у пов'язаній з ним музиці, своєрідній обрядовій символіці.

Культові символи виражають ставлення людей до Бога, до надприродного, в якому виражається їх ставлення до світу, до себе, до одновірців. Адже у вірі в Бога концентрується найвище: духовні цінності, ідеали суб'єктів віри, які є мірилом, критерієм, визначальним чинником усіх їхніх диспозицій (ставлення до світу, до себе, до суб'єктів інших вір та культур), що визначають спрямованість життєдіяльності, правила поведінки. Глибинною основою будь-якої комунікаційної диспозиції є емоційна реакція, емоційне ставлення, переживання в межах почувань «присмне-неприсмне», «приваблює-не приваблює», «подобається-не подобається».

Важливим комунікаційним елементом під час культових відправ є роль культового мистецтва. Зазначимо, що сюди входять літературні, музичні, живописні, архітектурні, скульптурні, декоративні та інші твори, які використовують під час богослужінь, прикрашаючи храми, культові споруди, молитовні будинки.

Важливу роль в релігійній комунікації відіграють молитви як процес вертикального і горизонтального зв'язку з Богом та співвірниками. Залежно від мети, з якою людина звертається для Бога, молитви поділяють на такі типи:

1) *молитви – угоди* з Богом, випрошування у Нього земних благ і обіцянки виконувати за ці блага Божі настанови, передані через церкву, духівника (пастора). Така молитва реалізується на рівні поверхової приземлено-утилітарної віри в Бога як у наймогутнішого Розпорядника земних благ.

2) *молитви з метою власного духовного піднесення і зближення, злиття* з Богом, з надприродним світом. Така молитва є духовною вершиною релігійної особистості. Зазначимо, що молитва може бути вербальною (словесною) і невербальною.

3) *молитви заступництва*. Вони також містять прохання, але за інших людей. Їх джерелом є любов, турбота, піклування, співчуття, які стосуються ближніх. У цих молитвах домінує морально-альтруїстична мотивація.

4) *молитви подяки*. Ядром їх змісту є висловлювання вдячності за радощі, втіху, духовні і матеріальні блага. У суб'єкта, сповненого радістю виникає бажання дякувати, віддячувати тим, хто її дав. Особливо великою є вдячність за радість, яка змінює інтенсивний і тривалий негативно-забарвлений емоційний стан.

5) *молитви возлюблення*. Такі молитовні акти виявляють найвищу вдячність, оскільки їх основу становлять не індивідуальні потреби людини, а потреби всього святу як Божого творіння. Людина віддає хвалу Господу за Його любов і турботу і з любов'ю довіряє себе Його милості. Ці молитви є виявом духовно-моральної віри, якій притаманний психологічний вихід суб'єкта за свої егоїстичні межі, ідентифікація (ототожнення) себе на рівні інтимних емоційних переживань.

Викладений вище матеріал, дозволяє зробити наступні **висновки**:

1. Проблема релігійної комунікації в науковому просторі не достатньо розроблена і потребує подальшого опрацювання.

2. Релігійний комунікаційний процес відбувається через зовнішній структурний компонент релігії: релігійні уявлення, релігійні погляди, релігійні настрої, релігійні інституції, релігійні дії.

3. Основним релігійно-психологічним механізмом релігійної комунікації як комплексу дій є релігійний культ, який включає в себе богослужіння, таїнства, відправи, обряди, проповіді, молитви.

4. Центральним суб'єктом дії релігійної комунікації є духівник як основний сугестор діяльності.

5. Релігійна комунікація за видами поділяється на вертикальну – людина – абсолют та горизонтальну – спілкування співвірників.

5. Релігійна комунікація – це завжди взаємодія сугесторів-комунікаторів, яка відбувається в двох площинах – через діяду: сугестор (людина – божество) та через тріяду: людина – духівник (посередник) та Святий Дух як третя особа.

6. Організація релігійної комунікації та її реалізація буде ефективною, якщо духівник (пастор) володіє такими морально-психологічними якостями: інтелект, обізнаність, богословська та риторично-комунікативна культура.

Список використаної літератури:

1. Академічне релігієзнавство : підручник / за ред. проф. А. Колодного. Київ : Світ знань, 2000. 362 с.
2. Бабій М. Поліфункціональність релігії: вияви функціональності релігійного комплексу / Академічне релігієзнавство : підручник / за ред. проф. А. Колодного. Київ : Світ знань, 2000. С. 554–562.
3. Богачевська І.В. Християнська нарративна традиція: методологія філософсько-релігієзнавчого дослідження. Київ : Світ знань, 2005. 235 с.
4. Виговський Л. Комунікативно-трансляційна функціональність релігії та основні форми її вияву. *Академічне релігієзнавство*. 2004. № 1. (29). С. 29–39.
5. Докаш В.І. Загальне релігієзнавство : навч. пос. Чернівці : Наші книги. 2012. 784 с.
6. Докаш В.І. Мистецтво красномовства, культури спілкування та ділової комунікації. Чернівці – Львів, 2012. 464 с.
7. Докаш В.І. Соціологія релігії : навч. пос. Чернівці, 2000. 356 с.
8. Кадикало Л.М. Інформація і віра як єдиний формат релігій. *Академічне релігієзнавство*. № 2. 2004 (30). С. 137–145.
9. Петрушкевич М. Релігійні комунікації: християнський контекст : монограф. Острог, 2011. 288 с.
10. Юнусова Є.Й. Комунікативний простір релігії в європейській культурі : автореф. дис. ... канд. філос. наук : 09.00.04. Харків, 2005.
11. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера : навч. посіб. Київ : Знання, 2005. 442 с.

References:

1. Akademichne relihiieznavstvo (2000) [Academic religious studies]. Za red.prof. A.Kolodnoho. K.: Svit znan (in Ukrainian).
2. Babii M. (2000) Polifunksionalnist relihii: vyjavy funktsionalnosti relihiinoho kompleksu [Multifunctionality of Religion: Manifestations of the Functionality of the Religious Complex] Akademichne relihiieznavstvo. Za nauk. red.prof. A. Kolodnoho. K.: Svit znan (in Ukrainian).
3. Bohachevska I.V. (2005). Khrystyianska naratyvna tradytsiia: metodolohiia filosofsko-relihiieznavchoho doslidzhennia [Christian Narrative Tradition: Methodology of Philosophical and Religious Studies]. K.: Svit znan (in Ukrainian).
4. Vyhovskiy L. (2004).Komunikatyvno-translyatsiina funktsionalnist relihii ta osnovni formy yii vyjavu [The communicative and translational functionality of religion and the main forms of its manifestation]. *Akademichne relihiieznavstvo*. № 1. (29) (in Ukrainian).
5. Dokash V.I. (2012) Zahalne relihiieznavstvo [General religious studies]. Chernivtsi: Nashi knyhy (in Ukrainian).
6. Dokash V.I. (2012) Mystetstvo krasnomovstva, kultury spilkuvannia ta dilovoi komunikatsii [The art of eloquence, culture of communication and business communication]. Chernivtsi. Lviv (in Ukrainian).
7. Dokash V.I. (2000) Sotsiolohiia relihii [Sociology of religion]: navch.posib. Chernivtsi (in Ukrainian).
8. Kadykalo L.M. (2004) Informatsiia i vira yak yedynyi format relihii. [Information and faith as a single format of religions]. *Akademichne relihiieznavstvo*. № 2 (in Ukrainian).
9. Petrushkevych M. (2011) Relihiini komunikatsii: khrystyianskyi kontekst [Religious communications: the Christian context]: monohraf. Ostroh (in Ukrainian).
10. Iunusova Ye.I. Komunikatyvnyi prostir relihii v yevropeiskii kulturi (2005) [Communicative Space of Religion in European Culture]: Extended abstract of candidate's thesis.: 09.00.04. Kharkiv (in Ukrainian).
11. Chaika H.L. (2005) Kultura dilovoho spilkuvannia menedzhera [Manager's culture of business communication]: navch.posib. K.: Znannia (in Ukrainian).