

решения проблемы способности религиоведов, богословов, теологов и философов ответить на вызовы поликультурности и поликонфессиональности современности.

Религия, кроме всего прочего, тесно связана с человеческой памятью: исторической, коллективной и личной. Поэтому в свете вопроса о диалоге религий важно решить вопросы, связанные с исторической памятью – с осмыслением и переосмыслением прошлого, в том числе, и в первую очередь, религиозного прошлого.

Церковь и религия не могут обслуживать политические партии и политические интересы, не могут быть средством манипуляций (создание автокефальной Украинской Православной церкви путем решения светских государственных органов).

Литература

1. Основы социальной концепции Русской Православной Церкви// Юбилейный архиерейский Собор Русской Православной Церкви. Москва, 13 – 16 августа 2000 года. 16 с.
2. Solidarity: The Journal of Catholic Social Thought and Secular Ethics
Режим доступа: <https://researchonline.nd.edu.au/solidarity/>
3. David B. Barrett, George Thomas Kurian, Todd M. Johnson. World Christian Encyclopedia: A Comparative Survey of Churches and Religions in The Modern World / David B. Barrett (Editor), George T. Kurian (Editor), Todd M. Johnson (Editor). New York: Oxford University Press, 2001. Т. 1. Vol. 1. 876 p.
4. Локк Д. Письмо о веротерпимости // Д.Локк. Избранные философские произведения: В 2 т. Т.2. М., 1960. 369 с.

Чудо как коммуникативный акт

С.Н. Астапов

Южный федеральный университет

Ростов-на-Дону, Россия

snastapov@sfedu.ru

В статье обосновывается мысль о том, что чудо можно рассматривать как коммуникативный акт: взаимодействие двух субъектов, опосредованное внезапным и радикальным изменением естественной среды и имеющее целью трансформировать сознание и поведение реципиента при получении им сигнала. Поэтому для исследователя религиозной коммуникации значение имеет не онтологический статус чуда, а интерпретация религиозным сознанием определенных событий в качестве чудес, а также то, что само чудо необходимо включается в религиозную коммуникацию как сообщение, направленное от сверхъестественного к религиозному индивиду или религиозной группе.

Ключевые слова: коммуникативный акт, религиозная коммуникация, религиозный опыт, сверхъестественное, чудо.

A miracle as a communicative act

S.N. Astapov

Southern Federal University

Rostov-on-Don, Russia

The article substantiates the idea that a miracle can be considered as a communicative act: the interaction of two subjects which is mediated by a sudden change in the natural environment and has the aim to transform consciousness and behaviour of a recipient, when he receives a sign. Therefore, the ontological status of a miracle is not important for a researcher of religious communication. Two circumstances are important for him: interpretation of some events as miracles by religious consciousness and inclusion of a miracle into religious communication as a message from a supernatural being to a religious subject or group.

Keywords: *communicative act, miracle, religious communication, religious experience, supernatural.*

Рассматривая специфику коммуникации в сфере религиозных отношений, исследователи отмечают особый статус одного из субъектов коммуникации – Бога, «к которому обращены молитвы, псалмы, исповеди в ряде конфессий и т.д. и который выступает в качестве суперагента» [3, с. 221]. Для религиозного индивида Бог действительно будет выступать в роли суперагента или суперсубъекта коммуникации, а сама такая коммуникация будет представляться гиперкоммуникацией, где «адресат речи имеет особый статус, что исключает самоадресацию» [4, с. 84]. Но коммуникативный акт считается законченным, когда установлена обратная связь – от адресата к адресанту. Для верующего человека, с позиции его религиозного сознания, такую связь обеспечивают откровение и чудо как акты обращения сверхъестественного к человеку.

Разумеется, для исследователя, не включённого в религиозную традицию, сообщение об откровении или о чуде – только свидетельство о переживании встречи со сверхъестественным, а не факт откровения или чудесного явления сверхъестественного. Но верующий индивид живёт ожиданиями и переживаниями этих явлений, на чём и основывается религиозная коммуникация: «Религия объединяет людей в триединстве веры, обряда и эмоционального переживания чуда» [3, с. 226]. Поэтому для исследователя религиозной коммуникации не имеет особого значения онтологический статус чуда – значение имеет то, что определенные события интерпретируются религиозным сознанием как чудеса, а само чудо необходимо включено в религиозную коммуникацию как сообщение, направленное от сверхъестественного к человеку.

Для религиозного сознания чудо является сообщением в форме экстраординарного феномена, или символом сверхъестественного, в том понимании, которое даёт символу П.А. Флоренский: «Символ – это нечто являющее собою то, что не есть он сам, большее его, и, однако, существенно чрез него объявляющееся» [7, с. 287]. В русском языке есть ещё одно слово для обозначения такого явления – «знамение». «Знаменовать» значит явно (так, что невозможно не заметить) указывать на что-либо иное, очень важное, значимое для реципиента, несравнимо более важное, чем само знаменующее. Чудо в религии относится к категории знаменательных событий.

П. Тиллих писал, что чудо, как манифестация сверхъестественного («тайны бытия»), не уничтожает те структуры бытия, в которых происходит манифестация. Хотя Тиллих и подводит чудеса под род событий, как онтологических актов, он оговаривает специфику таких событий: «Знаменательные события, в которых сама себя открывает тайна бытия, заключаются в особых сочетаниях элементов действительности в соотношении с особыми сочетаниями элементов ума» [6, с. 129], – из чего следует, что в таком понимании чудесное событие есть не столько объективно регистрируемый факт, сколько intersubъективная корреляция манифестируемого сверхъестественного и реагирующего на эту манифестацию религиозного субъекта.

Используя понятийный аппарат теории коммуникации, можно сказать, что в религиозной коммуникации адресантом выступает сверхъестественное (в теистических религиях – исключительно Бог), адресатом – религиозный индивид или религиозная группа. Чудо же не есть ни сама информация (она возникает у адресата уже после переживания чудесного события, в результате рефлексии), ни носитель информации (поскольку чудо не есть ни материальный объект, ни материальная среда, оно для религиозного сознания – феномен, причём весьма кратковременный), ни канал информации (так как является не материальной средой, по которой перемещается сигнал, а самим сигналом). Чудо можно рассматривать как коммуникативный акт – «однократное завершённое коммуникативное взаимодействие, в ходе которого применительно к одному дискретному целостному и завершённому сообщению совершились процессы его создания, отправки и получения» [1, с. 85]. При этом, указанием на завершённость коммуникационного взаимодействия, то есть полноту коммуникативного акта, считается «тот момент, когда проявился эффект коммуникации, то есть совершились изменения в сознании и (или) поведении получателя сообщения» [1, с. 86].

Все теории чуда, созданные религиозным сознанием, интерпретируют его как явление сверхъестественного в естественном, разрушающее привычный ход событий и нарушающее законы природы. Различия между теориями обусловлены разными решениями двух вопросов: кто является автором чуда: только Бог или иные агенты, сверхъестественные и естественные? Что нарушает (разрушает) акт чуда: природные процессы или устойчивые и разделяемые подавляющим большинством людей знания об этих процессах?

В теистических религиях автором чудес признаётся только Бог, остальные сверхъестественные или естественные агенты-чудотворцы рассматриваются как «носители» (реализаторы) чудес. То, что совершают персонажи из категории нечистой силы, а также колдуны и жрецы других религий, объявляется лжечудесами. Другие религии оставляют понимание способности совершать чудеса и указанными персонажами. Различие чудес подлинных и мнимых выступает результатом рационально-аналитической деятельности, которая обусловлена (в тех религиях, где это различие требуется) необходимостью идентификации адресанта для ответной реакции в его адрес. Сама же необходимость различения для указанных религий связана с тем, что и чудеса, и лжечудеса переживаются одинаково.

В подавляющем большинстве теорий чуда (как религиозных, так и нерелигиозных) характерными особенностями чудес выступают:

а) внезапность, приводящая реципиента в состояние когнитивной депривации (он не может в ситуации переживания чудесного осмыслить, что происходит, теряет пространственно-временную ориентацию);

б) изумительность, как сильное эмоциональное состояние часто вызывающее испуг, шок, которые затем сменяются позитивными эмоциями: восторгом, радостью, умилением, чувством благодати или избранности и т.п.

Эти особенности, с точки зрения теории коммуникации, являются серьёзным препятствием для принятия информации верующим субъектом и его ответной реакции (обратной связи), потому что парализуют волю субъекта-реципиента и дезориентируют его в пространстве и времени. Тем не менее, благодаря именно этим особенностям чуда вызывают сильные религиозные чувства, то есть оказывают эффективное воздействие на верующих. Поскольку эффективность признаётся одним из критериев процесса коммуникации [1, с. 67–68], постольку можно говорить о коммуникативной функции чуда.

Религиозные отношения, включенные в повседневную жизнь, редко вызывают сильные религиозные чувства – основу религиозной веры. Повседневный жизненно-практический опыт формирует веру, которая из имеющихся альтернатив выбирает самое вероятное, надёжное и выгодное. Религиозная же вера, особенно вера в Бога, не может опираться на наиболее вероятное в жизненном опыте и выбирать самое прагматичное. В религии происходит выход человека за пределы наличного опыта – трансценденция, прорыв повседневности, выход из повседневной реальности в иную. Этот прорыв обеспечивается внезапностью чуда: внезапность необходима, чтобы верующие восприняли событие как особый знак.

Вместе с тем, событие будет воспринято как чудо, а свидетельства о нём получат быстрое распространение только тогда, когда оно будет направлено на ожидающее его сознание. В этом смысле религиозное сознание живёт ожиданием чуда. Но даже в настроении ожидания чудо всё равно случается внезапно и вызывает изумление – будучи ожидаемым как акт, оно поражает либо своей формой, либо обстоятельствами происшествия.

С внезапностью чудесного события связана сила его воздействия на психику субъекта. С ним связаны наиболее острые переживания. Чудо всегда вызывает удивление, и неслучайно во многих языках слово «чудо» этимологически связано со словом «удивление». Но для характеристики воздействия чуда на психику лучше подходит слово «изумление», которое отражает состояние реципиента – он «вышел из ума». В данной ситуации «вышел из ума» не означает «сошёл с ума» как констатацию повреждения структур сознания, а означает отрыв от того осмысления действительности, которое имелось на момент наступления чуда. Религиозный опыт и состоит в таком отрыве от повседневного опыта в пользу переживания сверхъестественного как феноменологически не относящегося к процессам окружающего мира. Это переживание служит источником знания о том, что нельзя узнать, изучая окружающий мир. Чтобы данный отрыв произошёл, он должен быть резким, внезапным, поразительным.

Поразительность или изумительность чуда приводит к прерыванию обычных познавательных актов, они как бы замирают. Четыре характерных признака мистических состояний сознания, указанные ещё в начале XX в. У. Джеймсом: неизреченность, интуитивность, кратковременность,

бездеятельность воли [2, с. 297], есть характеристики переживания чуда. Вместе с тем, они не только характеристики чуда как знамения, но и характеристики получения нового знания, приобретения нового опыта. Этот новый опыт накладывается на те позитивные эмоции, которые реципиент испытывает, оправившись от внезапного разрыва повседневности, случившегося с ним. Приятные эмоции, вызываемые чудом, – это тот фон, который также необходим для того, чтобы чудо оказало эффективное воздействие на личность, осталось в памяти, а свидетельства о нём участвовали в новых актах коммуникации, направленных на укрепление религиозной веры.

Таким образом, и внезапность чуда, и его изумительность не являются барьерами или помехами для осуществления коммуникации в сфере религиозных отношений, а наоборот делают его одной из основ коммуникации с тем субъектом, который понимается в сфере религиозного сознания как сверхъестественный, обладающий силой разорвать реальность повседневной жизни.

Чуду присуща целесообразность. Чудо совершается с целью трансформации поведения религиозного индивида или религиозной группы. Чуда не бывает без верующего, оно совершается для верующего. Его задача быть указанием, символом чего-то предельно важного в религиозной жизни. Как символ является символом только для того, кто может понять его смысл, так и чудо совершается только для того, кто готов в него поверить и изменить под его воздействием свою жизнь.

Ряд исследователей в области теории социальной коммуникации считает целесообразность необходимым признаком социальной коммуникации: «Коммуникации свойственна целесообразность и функциональность... Коммуникация есть опосредованное и целесообразное взаимодействие двух субъектов» [5, с. 24]. И в этом отношении чудо можно рассматривать как коммуникативный акт: оно выступает как взаимодействие двух субъектов, причём, во-первых, опосредованное внезапным и радикальным изменением естественной среды, во-вторых, имеющее целью трансформировать сознание и поведение реципиентов знамения.

Литература

1. Гавра, Д.П. Основы теории коммуникации / Д.П. Гавра. СПб. : Питер, 2011. 288 с.
2. Джеймс, У. Многообразие религиозного опыта / У. Джеймс. М. : Наука, 1993. 432 с.
3. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
4. Прохвятилова, О.А. Православная проповедь и молитва как феномен современной звучащей речи / О.А. Прохвятилова. Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 1999. 364 с.
5. Соколов, А.В. Общая теория социальной коммуникации / А.В. Соколов. СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 1995.
6. Тиллих, П. Систематическое богословие / П. Тиллих. СПб. : Алетея, 1998. 512 с.
7. Флоренский, П.А. Имеславие как философская предпосылка / П.А. Флоренский // Сочинения: в 2 т. М. : Правда, 1990. Т. 2. С. 281–321.