

## ПОСЛАННЯ ЯК ЗАСІБ РЕЛІГІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті проаналізовано специфіку релігійної комунікації, особливості конструювання комунікативного акту посередництвом сучасних релігійних послань. Основну увагу акцентовано на способах репрезентації послань та ролі передавача та інтерпретатора цього типу тексту.

**Ключові слова:** релігійне послання, комунікація, комунікативний акт, адресант, адресат, передавач.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** У сучасному українському мовознавстві комунікацію розуміють як специфічну форму взаємодії людей у процесі їхньої пізнавально-трудова діяльності [2, с. 211]. Від її основних складових елементів залежить якість та результат інформаційного обміну. Реєстр таких одиниць учені визначають по-різному. На думку Ф.С.Бацевича, ними виступають адресант, адресат, повідомлення, канал комунікації, інформаційний шум, фільтри, зворотний зв'язок, контекст і ситуація [2, с. 57–58]. О.В.Яшенкова основними елементами вважає адресанта, адресата, кодування, декодування, канал, медіум, повідомлення, ситуативний контекст, комунікативний шум, зворотний зв'язок [14, с. 44–45]. Т.В.Радзієвська, розглядаючи текст із позиції мовленнєвої діяльності, пропонує виокремлювати такі складники: намір адресата та ілокуція (інтенція) тексту, характер його сприйняття, тип комунікативного процесу, канал, по якому передається повідомлення, комунікативна ситуація [9, с. 53]. Подібної думки дотримується М.А.Василик, який вирізняє передавача повідомлення, кодування та декодування, повідомлення, канал, отримувачів, зворотний зв'язок [5, с. 139–150]. Будь-який акт спілкування, як стверджує Р.О.Якобсон, включає адресанта, адресата, контакт співрозмовників, повідомлення, контекст та особливий код [13, с. 198]. Як бачимо, незважаючи на відмінності у класифікації складових компонентів комунікації, на формування будь-якого тексту важливий вплив має комунікативна ситуація.

**Аналіз досліджень цієї проблеми.** Залежно від змістової та структурної наповненості елементів процесу спілкування виокремлюють різні типи комунікації, важливе місце з-поміж яких належить релігійній, що об'єднує всі види спілкування у сфері релігії. Саме цей різновид все частіше стає предметом вивчення науковців. Релігійні ситуації мають три особливості: по-перше, таке спілкування досліджують в основному релігієзнавці [12; 8] та спеціалісти галузі соціальних комунікацій [11]; по-друге, науковому аналізу підлягають здебільшого особливості католицької комунікативної системи [6], що, на нашу думку, зумовлено лояльнішим

ставленням католицької церкви до використання преси, радіо, телебачення, інтернету у духовній практиці; по-третє, увага зосереджена, як правило, на вербальному аспекті сучасного медіапростору. Поза увагою дослідників залишаються решта релігій та конфесій, а також інші вербальні та невербальні засоби релігійної комунікації. Отже, актуальність дослідження очевидна. Сучасне релігійне послання (далі СРП. – Т.Т.) репрезентує релігійний різновид мовлення, а тому закономірно розглядати його з погляду теорії комунікації, що й становитиме **мету** вивчення. У подальшій роботі послуговуватимемось класифікацією складових компонентів комунікації, розробленою Ф. С. Бацевичем, із огляду на те, що вона найповніша та найширше охоплює всі складові процесу комунікації.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування результатів дослідження.** Один із найвагоміших елементів комунікативного акту – адресант (автор, мовець, ініціатор, джерело повідомлення), який зазвичай ініціює процес спілкування. Зауважмо, дослідники розрізняють поняття *автора* (особа, яка створює текст) та *передавача* (особа, яка передає повідомлення від адресанта до адресата) повідомлення, які не завжди позначають одну і ту ж особу. *Авторами* СРП виступають священнослужителі вищого духовного сану – митрополити, архієпископи, єпископи, *передавачами* – священники, котрі зачитують текст послання для церковної аудиторії у святковий день, або працівники засобів масової комунікації (преси, інтернету), які розміщують послання на шпальтах своїх видань. Текст послання слугує однією з форм передавання важливих постулатів церкви (поряд із жанром проповіді, оповідань про життя святих тощо), здійснюючи перлокутивний вплив на релігійну свідомість отримувача інформації.

О. В. Бобирьова пропонує розрізняти поняття автора та адресанта у релігійному спілкуванні, стверджуючи, що автор – це вища сутність, Божественне начало, адресант – служитель культу, особа, яка доносить до слухачів слово Боже [3, с. 8].

А отже, особливість релігійного спілкування, на нашу думку, полягає в тому, що воно відбувається між комунікантами за невидимої, але обов'язкової присутності третьої особи – Бога, а тому типовою для СРП можна вважати комунікативну тріаду *Бог – священник – вірянин*. Російський дослідник В. М. Бабаян пропонує називати його «молчащий наблюдатель» [1, с. 5] – *некомунікант*, пасивний член тріади, який присутній у двосторонній розмові, але прямої участі в ній не бере, хоча й здійснює значний вплив на активних членів тріади. Ним, на думку мовознавця, можуть виступати совість, суспільна мораль, авторитетна особа, Бог. Такий мовчазний спостерігач у релігійній комунікації, зокрема й у посланні, присутній імпліцитно – в уяві обох комунікантів, а тому священник як мовець і віруюча людина як реципієнт узгоджують мовне кодування й декодування інформації відповідно до основних положень Божих

настанов. Отже, «мовчазний спостерігач» здійснює регулятивну функцію у комунікативній поведінці обох членів комунікативного акту.

Священик у релігійній комунікації посередництвом послання виступає як: 1) представник певної церковно-адміністративної одиниці: митрополит, архієпископ, єпископ; 2) виконавець визначеної ролі – учитель, наставник; 3) носій чітко окресленої функції – проповідник; 4) втілення визначеного психологічного архетипу – духівник (а не аскет), який допомагає молитвою й порадою [3, с. 8].

Специфіка релігійної комунікації за допомогою СРП полягає ще й у тому, що священик діє як представник певного віросповідання, а не як окрема особа від свого імені. Незаперечне твердження, що для ефективного впливу на адресата священик повинен сам дотримуватися релігійних канонів, це відіграватиме значно більшу роль у справі переконання комуніканта. Одним із прийомів переконання в СРП – ведення розповіді від імені церкви за допомогою узвичаєної для релігійного мовлення конструкції з опорною лексемою *церква* в поєднанні з семантичним поширювачем певних комунікативних намірів, актуалізованих дієсловами, наприклад: ***Церква навчає, що душевний мир християнина повинен ґрунтуватися не на користолюбстві, а на любові та благочесті*** (патр. Філарет, Р.79) (тут і далі в дужках скорочено зазначатимемо сан та ім'я автора, різновид послання (Р. – Різдвяне, П. – Пасхальне) та рік); ***Підкреслюючи велич і важливість події Різдва Христового, Свята Церква закликає кожного з нас прославити Народжене Богонемовля Христа*** (митр. Володимир, Р.04); ***Церква нагадує нам, що Бог не залишив світ без Своєї любові, ...*** (єп. Михаїл, П.05); ***В усі історичні періоди Церква невідступно була з народом і разом з ним переживала і поділяла радощі та скорботи. І зараз вона закликає всіх нас іти шляхом любові до Бога і ближніх, благовістити мир всім, хто нас оточує. Вона нагадує нам, що ...*** (єп. Іларіон, П.09).

Використовуючи текст послання, автор досягне бажаної мети, якщо цей текст буде зрозумілим отримувачеві. Для цього адресант повинен закодувати своє повідомлення, вживаючи такі мовні засоби, які зумів би правильно (з позиції задуму автора) декодувати адресат, і які викликали б адекватну меті комунікації поведінку отримувача. У СРП священик використовує набір типових вербальних та невербальних засобів для передачі свого задуму вірним. Важлива умова успішного комунікативного акту між особою священицького сану та мирянами – однакове тлумачення знаків і символів повідомлення обома суб'єктами комунікації, тобто кодування та декодування текстової інформації повинні збігатися.

Сам жанр послання виступає своєрідним кодом у процесі релігійного спілкування у вертикалі «священик – миряни» поряд з іншими можливими формами, наприклад, проповіддю, духовною бесідою та ін. Через послання священик тлумачить основні догмати віровчення (якщо послання написано з нагоди релігійної події) або висловлює ставлення церкви до

подій позарелігійного характеру (якщо послання написане з нагоди світських подій).

Метою написання СРП слугують наміри адресанта донести до свідомості реципієнта інформацію про подію, вплив на адресата і скерування його до прийняття певного рішення, підтримання віри людини у правильності її релігійної орієнтації.

До найпоширеніших чинників, що спонукають до комунікації посередництвом послань, належать:

- намагання адресанта донести до адресата повідомлення про святкову (здебільшого) або буденну (почасти) подію релігійного чи державного значення;

- зосередження уваги слухача/читача на визначеному автором моменті події;

- священницький обов'язок автора (у посланнях з нагоди релігійних подій) та його особисте бажання (у посланнях з нагоди світських подій) заповнити інформаційну лакуну про подію;

- вимога автора від адресата певних дій – вести благочестиве життя, долучитися до визначеної акції.

СРП властива фіксована тематика. Зазвичай це: вітання з Різдвом та Великоднем, розповіді про народження та воскресіння Ісуса Христа; тлумачення значення посту в житті християнина в постових посланнях; вітання з нагоди інших релігійних та світських урочистих подій; показ ставлення Церкви до щоденних подій у релігійній та державній сферах життя.

Подаючи інформацію, автор СРП творить повідомлення – осмислену й закодовану за допомогою мови та інших знакових систем інформацію. Найчастотнішими знаковими системами в релігійній писемній комунікації виступають художні ілюстрації до релігійних подій, які висвітлені у посланнях, світлини авторів та графічне вирізнення важливих тверджень кольором і шрифтом.

Зміст повідомлення становлять: констатація факту існування релігійної / світської події, висловлення поглядів церкви та автора на неї, тлумачення та рекомендації адресатові щодо події тощо.

Первинно послання має письмову форму, яка дозволяє «передати інформацію, що потребує ретельного планування повідомлення» [14, с. 46] і допомагає уникнути її спотворення (за умови використання усного каналу). Саме такий спосіб подачі інформації дозволяє охопити велику кількість людей у різних місцях.

Залежно від каналів передавання інформації – СРП доходить до потенційного реципієнта кількома шляхами: 1) через сприйняття тексту послання на слух, коли його зачитує священник-посередник мирянам під час служби; 2) через безпосереднє прочитання художньо оформлених текстів послання, які: а) надходять окремим екземпляром у дочірні

благочиння та парафії для прочитання вірянами; б) надруковані в релігійній періодиці; в) розміщені на офіційних сайтах єпархій.

Святкові релігійні послання (із нагоди Різдва Христового та Воскресіння Ісуса Христа) також виходять друком окремим накладом визначеної кількості як художньо оформлені листівки. Такого каналу передачі позбавлені інші групи СРП. Для них характерна популяризація за допомогою засобів масової комунікації – преси та інтернету.

Традиційна храмова форма релігійної комунікації дозволяє священикові – авторові послання – розраховувати на комплексне сприйняття свого тексту вірянами в поєднанні з урочистістю та величчю святкової відправи, церковної атрибутики та іконопису. Зазвичай кожна митрополія чи єпархія має свій друкований орган – здебільшого газету, зрідка – журнал, які розповсюджують серед парафіян. Важлива характеристика, що підкреслює виняткову роль СРП в інформаційному вимірі друкованого видання, – позиційне розміщення у періодиці, здебільшого на перших сторінках. Зокрема, на титульному аркуші, в деяких газетах – на другій сторінці, якщо на першій розміщені розповіді про рокове свято. Особливістю друкованих релігійних ЗМІ єпархій можна вважати також публікацію послань очільників митрополії поряд із текстами послань керівників єпархій. Варто зазначити, що розміщення послань, які мають адресантів різних посадових рівнів, здійснюється відповідно до ієрархії духовних санів: при горизонтальному розміщенні – ліворуч друкують послання митрополитів, праворуч – духовенства нижчого чину, при вертикальному – зверху – послання митрополита, нижче – архієпископів та єпископів.

Як слушно зауважує М. С. Петрушкевич, «церква в індустріальному суспільстві починає активно використовувати можливості радіо, телебачення та інтернету для своєї комунікації» [7, с. 3]. Особливе місце в релігійному спілкуванні належить інтернету. Велика кількість єпархій має офіційні сайти в глобальній мережі. На них поряд із іншою інформацією розміщують тексти СРП. Послання на сайтах єпархій відзначаються традиційним розташуванням. Вони опубліковані в розділі «Документи / Офіційні документи» → «Послання» або у розділі «Архієрей» → «Послання». Таке розміщення уможливорює індивідуальне ознайомлення адресата з текстом послання в зручний для нього час. Особливо важливий інтернет-доступ до релігійних текстів для молоді, яка, на противагу старшому поколінню, часто не є членом реальної парафії, а стає членом віртуального співтовариства за релігійними інтересами.

На нашу думку, обидва канали передачі тексту послання мають як переваги, так і недоліки. За умов усної форми охоплюється обмежене коло адресатів, реципієнтами стають лише прихожани однієї церкви. Перевага такого способу актуалізації тексту полягає в тому, що адресат отримує повідомлення безпосередньо в день свята. Недоліком можна вважати той



факт, що зачитувати послання буде не автор тексту, а все той же передавач, який може припуститися почасти суб'єктивного прочитання повідомлення, що заважатиме адекватному декодуванню інформації слухачем. Важливу роль в сприйнятті послання, виголошеного посередником у храмі, відіграє також інтонація, тембр, ритм, логічні паузи та наголоси тощо.

Писемний спосіб передачі заздалегідь прогнозує значно більшу читацьку аудиторію. З'являється ймовірність, що читачами стануть не лише люди віруючі, а й ті, які принагідно (а іноді й цілеспрямовано) натрапили на текст послання на сторінках друкованого видання (здебільшого газети) або електронного (зазвичай на офіційних сайтах митрополій та єпархій, спорадично на світських сайтах). До переваг писемного каналу відносимо можливість безперешкодного неодноразового повернення до прочитання послання загалом або окремих місць у ньому. Написаний текст доступний для сприйняття в будь-який час із моменту опублікування. Переваги друкованого варіанта СРП полягають в тому, що він дозволить отримувачеві максимально повно й адекватно декодувати повідомлення за допомогою прочитання графічних вирізень, художніх ілюстрацій тощо.

СРП, як і будь-який інший текст, спрямоване на узагальненого реципієнта, а тому фактор адресата – одна з найвагоміших ознак такого типу текстів. Комунікативний партнер священнослужителя як автора послання належить до різних соціальних груп. Ним може бути людина будь-якого віку, професії, статі, освіти, матеріального стану і т. ін. Водночас *адресат* СРП виокремлений релігійними інтересами, релігійною світоглядною позицією, а також мірою індивідуальної релігійної переконаності у правильності своєї віри або невір'я. Адресат може бути потенційний (віруючий і той, хто хоче увірувати) і випадковий (який не обов'язково є християнином, а читачем послання став випадково). А отже, відповідно до цього є дві категорії отримувачів послання – адресат як представник певної релігійної організації / віросповідання і як незалежна від релігійних організацій особистість. А тому варто розрізняти уявного, але передбачуваного адресата і випадкового.

У досліджуваних текстах адресат – той, кому адресоване послання (про це традиційно зазначено в заголовках), а реципієнт – будь-яка особа, яка натрапила на текст послання. Природними каналами (через священників нижчого сану) СРП доходить до реального адресата, а через штучні (технічні) канали – газети, журнали, веб-сайти – до потенційного (реципієнта). Вказівка на потенційного адресата міститься в заголовній частині тексту послань, наприклад: *Пасхальне послання Преосвященнішого Михаїла, єпископа Луцького і Волинського, боголюбивим пастирям, чесному чернецтву та всім вірним Волинської єпархії Української Православної Церкви Київського Патріархату* (єп. Михаїл, П. 06); *Великоднє послання Блаженнішого Мефодія, Митрополита Київського і всієї України, Предстоятеля*

*Української Автокефальної Православної Церкви священству, чернецтву і всім вірним Української Автокефальної Православної Церкви* (митр. Мефодій, П. 08); *Різдвяне послання Голови відділу Української Православної Церкви по взаємодії з Збройними Силами та іншими військовими формуваннями України, архієпископа Львівського і Галицького Августина всечесному духовенству, боголюбивому чернецтву і всім вірним чадам Львівської єпархії Української Православної Церкви, православним генералам і адміралам, офіцерам, прапорщикам і мічманам, сержантам і старшинам, солдатам і матросам та усім службовцям Збройних Сил та інших військових формувань України* (архієп. Августин, Р. 09); *Різдвяне послання Архієпископа Львівського Всесвітлішим та Всечеснішим отцям, Високопреподобним і преподобним отцям, ченцям й черницям, достойним вірним нашої Архієпархії* (архієп. Ігор, Р. 09).

Деякі мовознавці вважають адресата не лише інтерпретатором тексту послань, а й співавтором [10, с. 77], адже адресант заздалегідь враховує мінімальний рівень знань адресата про задану комунікативною ситуацією тему повідомлення, передбачає його реакцію на прочитане чи почуте.

Адресат у СРП, як було сказано раніше, заздалегідь прогнозований. Священик знає, що його текст сприйматиме реальне коло читачів / слухачів, які здебільшого обізнані з певними релігійними постулатами, і йому як ініціаторові комунікації не потрібно детально розкривати тему повідомлення, а достатньо коротко акцентувати увагу на домінуючих інформаційних елементах – відновити у свідомості вірян предмет спілкування. Для адресата, який тільки хоче прийти до Бога, священик у посланні доступно коментує подію та показує її суттєві ознаки, що і стверджує / підтримує прагнення адресата прийняти віровчення адресанта. Для адресата, який не вірить в існування Бога (і випадково натрапив на текст послання), священик, інформуючи про певну подію, привертає увагу реципієнта до основ свого віровчення та подальшої зміни поведінки й діяльності людини. Отже, крім інформаційної, текст послання обов'язково виконує дидактичну та волюнтативну функції.

Ще одна особливість комунікації посередництвом послання – адресант та адресат ніколи не міняються ролями. Адресант – це завжди священик, наставник, учитель, адресат – вірянин, учень. Їх спілкування хоча й двовекторне, але відбувається різними засобами: від священика до вірних за допомогою вербальних засобів (того ж тексту послання), а у зворотному напрямку позбавлене словесного вираження, його замінюють дії та вчинки адресатів.

Адресат СРП одночасно виступає отримувачем повідомлення і його інтерпретатором, тобто сам декодує інформацію, закладену адресантом. Якщо повідомлення правильно розшифрує отримувач, то його реакція буде саме такою, якою її хотів би бачити автор повідомлення – священик: сприяти

духовному вдосконаленню кожного вірянина. Як бачимо, процес сприйняття повідомлення не менш важливий у комунікації, ніж процес кодування.

На процес декодування може здійснювати вплив інформаційний (комунікативний) шум та фільтри – перешкоди, які знижують ефективність комунікації і дестабілізують процес сприйняття та розуміння повідомлення. Варто зазначити, що у СРП такі перешкоди незначні. Виникають вони лише за умов усного сприйняття тексту адресатом через передавача інформації – священика, який зачитує послання у храмі і може припуститися певних помилок у розставленні логічних наголосів у тексті. Ефективність сприйняття усного послання значною мірою залежить від темпу, тональності, мелодики, чіткості мовлення священнослужителя, який виголошує текст. Так званий семантичний шум виникає у сприйнятті послань духовенства, які містять фрагменти церковнослов'янського тексту внаслідок різності мови послання і мови спілкування вірян. Комунікативний бар'єр у сприйнятті інформації може виникнути з вини адресата, коли той не уважно слухає зачитування послання, відволікається на сторонні предмети та шуми, наприклад, шум у храмі, ходіння присутніх, сторонні розмови тощо.

До сприятливих умов спілкування священнослужителів із вірянами за допомогою послань належать: загальна святкова атмосфера, урочистість церковної відправи, храмовий інтер'єр.

Важлива ланка комунікативного процесу – зворотний зв'язок. Адресуючи своє послання вірним, священик програмує своєрідну зворотну реакцію. Основна мета священика – коригувати поведінку мирян відповідно до постулатів церкви. Тому й зворотний зв'язок у релігійному спілкуванні через послання не передбачає миттєвої вербальної реакції, а зміщений у часі. Його замінює подальше благочестиве життя адресата, адже, згідно з християнськими віруваннями, Бог винагороджує лише достойних (із ласки Божої). А тому в СРП фіксуємо регулярні нагадування (за допомогою опорних лексем *віддячувати, з вдячністю, подячне зізнання, скласти подяку*) про те, що потрібно бути вдячним Богові за його щедроти. Формами реалізації вдячності, як свідчать тексти послань, виступають також молитви, добрі вчинки, любов, наприклад: *У радісне свято Різдва Христового принесемо Богонемовляті Христу нашу **вдячну любов і щирі молитви** за те, щоб Він допоміг нам безперешкодно йти дорогою спасіння і повертати на цей шлях наших ближніх* (єп. Никодим, Р.10); *Ангели сповіщають велике чудо Боговтілення, а людські серця відгукуються на цю звістку **подячними молитвами та добрими ділами*** (митр. Ніфонт, Р.08); ***Ми, дорогі у Христі, стоячи біля Ісусових ясел у цей святковий час, повинні скласти Богові велику подяку, бо все, що ми маємо – життя, довкілля, наше спасіння – є Божим даром для нас*** (архієп. Любомир, Р.10); *Прославляючи Народженого Христа, **складаймо Йому подяку** за Його невимовні милості, щедро даровані нам у минулі роки, ...* (митр. Філарет, Р.75).



Відомо, що будь-яке спілкування відбувається за певних обставин – комплексу зовнішніх умов спілкування та внутрішнього стану співрозмовників [10, с. 42]. *Зовнішніми умовами процесу комунікації* посередництвом СРП виступають локальні та темпоральні умови, які мають двояку характеристику залежно від каналу передавання інформації.

Сприйняття тексту послання на слух відбувається зазвичай у святковий день, а саме: під час або після святкового богослужіння у першу чверть доби (якщо це всенічна служба на Різдво та Великдень) або у першій половині дня (якщо це інша святкова служба) у храмі в поєднанні з його атрибутикою та символікою.

Читання тексту реципієнтом особисто (як потенційним, так і випадковим) характеризується віддаленістю в часі та просторі. Отримувач СРП може натрапити на текст як до святкування події, з нагоди якої написане послання, так і після. Передпрочитання залежить здебільшого від часу розміщення повідомлення в засобах масової комунікації, постпрочитання – від часу знаходження реципієнтом тексту в інформаційному просторі.

Ефективність сприйняття СРП за умови самостійного прочитання тексту адресатом підсилюється розміщенням повідомлення на спеціалізованих для релігійної комунікації засобах передачі інформації – релігійній пресі (газети, журнали) та офіційних веб-сайтах митрополій та епархій. Ця особливість нівелюється, якщо такі тексти з'являються у світських виданнях: на офіційних сайтах міських рад, державних установ, у періодиці не релігійного спрямування.

Отже, успішне здійснення спілкування посередництвом СРП можливе за умови актуалізації всіх названих найважливіших чинників. Не менш суттєва також для результативності такого діалогу мовно-стильова й стилістична довершеність тексту послання. Специфіка релігійної комунікації виявляється в імплікації ще одного суб'єкта комунікативного акту, що перетворює традиційний набір комунікантів у тріаду. Вагома роль в актуалізації усної форми належить передавачеві, тоді як у писемній декодування семантичної площини залежить від інтерпретатора.

#### Список використаної літератури

1. Бабаян В. Н. Дискурсивное пространство терциальной речи : автореф. дис. ... докт. філол. наук : 10.02.19 / Владимир Николаевич Бабаян ; ГОУ ВПО «Белгородский государственный университет». – Белгород, 2009. – 40 с.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Ф. С. Бацевич. – 2-ге вид., доп. – К. : ВЦ «Академія», 2009. – 376 с.
3. Бобырева Е.В. Религиозный дискурс: ценности, жанры, стратегии (на материале православного вероучения) : автореф. дис. ... докт. філол. наук : 10.02.19 [Електронний ресурс] / Екатерина Валерьевна Бобырева ; Волгогр. гос. пед. ун-т. – Волгоград, 2007. – 37 с. – Режим доступу: [Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.](#) (23.05.2011).

4. Гладько Н. Католицька церква і комунікація: від слова до онлайну / Н. Гладько // Тела- та радіожурналістика. – 2014. – Вип. 13. – С. 182-191.
5. Основы теории коммуникации : учебник / под ред. проф. М. А. Василюка. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.
6. Петрушкевич М. Католицька комунікативна система [Електронний ресурс] / М. Петрушкевич. – Режим доступу : [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Nznuoaksk\\_2010\\_2\\_15.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nznuoaksk_2010_2_15.pdf) (20.03.2015).
7. Петрушкевич М. С. Особливості вияву комунікаційної функції релігії у християнських конфесіях : автореф. дис... канд. філософ. наук: 09.00.11 / Марія Стефанівна Петрушкевич; Ін-т філос. ім. Г. С. Сковороди НАН України. – К., 2007. – 20 с.
8. Петрушкевич М. С. Релігійні комунікації: християнський контекст. Монографія. – Острогоз : Вид-во Націон. ун-ту «Острозька академія», 2011. – 228 с.
9. Радзієвська Т. В. Про один з напрямів сучасної лінгвістики тексту / Т. В. Радзієвська // Мовознавство. – 1991. – №3. – С. 53–58.
10. Формановская Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический поход / Н. И. Формановская. – М. : Рус. яз., 2002. – 216 с.
11. Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа / упоряд. і наук. ред. М. Перун. – Львів : Видавництво Українського Католицького Університету, 2014. – 440 с.
12. Юнусова Є. Й. Комунікативний простір релігії в європейській культурі: автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.04 / Євгенія Йосипівна Юнусова; Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Харків, 2005. – 17 с.
13. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика / Р. Якобсон // Структурализм: «за» и «против». – М., 1975. – С. 193–230. –
14. Яшенкова О. В. Основы теории мовой комунікації : навч. посіб. / О. В. Яшенкова. – К. : ВЦ «Академія», 2009. – 312 с.

**Тарасюк Татьяна. Послание как средство религиозной коммуникации.** В статье проанализирована специфика религиозной коммуникации, особенности конструирования коммуникативного акта при помощи современных религиозных посланий. Актуализированы основные структурно-семантические черты этого типа текста. Главное внимание акцентировано на способах репрезентации посланий, роли передающего и интерпретатора этого типа текста. Определены дифференциальные признаки усной и письменной форм передачи посланий. Установлены факторы, способствующие (или, наоборот, препятствующие) результативности такого способа религиозной коммуникации.

**Ключові слова:** религиозное послание, коммуникация, коммуникативный акт, адресант, адресат, транслятор.

**Tarasiuk Tetiana. Epistle as Means of Religious Communication.** The article presents the analysis of religious communication specificity, peculiarities of communicative act construction with the help of contemporary religious epistles. The main structural-semantic characteristics of this type of text are highlighted. The primary attention is drawn to the means of epistles' representations, the role of the sender and the recipient of this text type. The differential features of verbal and written form of epistle transmission are defined. The factors which are supporting (or vice versa – inhibiting) the effectiveness of such means of religious communication are determined.

**Key words:** religious epistle, communication, communicative act, addresser, addressee, sender.

Стаття надійшла до редколегії 28.05.2015