

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций  
Факультет журналистики

**БУШЛАНОВА Анна Александровна**

**РЕЧЕВАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ РЕЛИГИОЗНЫХ  
ЛИДЕРОВ**

**Профиль магистратуры – «Политическая журналистика»**

**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**

Научный руководитель –  
доктор филологических наук,  
профессор С. И. Сметанина

Вх. № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_  
Секретарь ГАК \_\_\_\_\_

Санкт-Петербург

**СОДЕРЖАНИЕ**

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	3
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ</b> .....	10
1.1. Политическая коммуникация: характеристика, основные модели и признаки.....	10
1.2. СМИ в системе политической коммуникации современного мира.....	27
<b>ГЛАВА 2. РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ</b> .....	36
2.1. Понятие, сущность и типы речевых стратегий.....	36
2.2. Языковая личность как носитель речевых стратегий.....	52
<b>ГЛАВА 3. РЕЛИГИОЗНЫЙ ЛИДЕР КАК СУБЪЕКТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ: ТЕМАТИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ И РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ</b> .....	66
3.1. Роль личности религиозного лидера в политической коммуникации.....	66
3.2. Религиозный дискурс сквозь призму политической коммуникации.....	74
3.2.1. Особенности политическая коммуникация Патриарха Кирилла.....	74
3.2.2. Особенности политической коммуникации Папы Франциска.....	85
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	99
<b>СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ</b> .....	103

## ВВЕДЕНИЕ

Сейчас масс-медиа стали средством, которое решает разные важные для общества задачи. Так что совершенно не удивительно то, что в настоящее время Церковь<sup>1</sup>смогла занять собственное место в информационном пространстве. После долгих лет существования научного атеизма в течение последних десятилетий в обществе снова начали развиваться религиозные настроения. Усилился также интерес к представителям других конфессий, начали появляться новые религиозные учения. Не последнюю роль в этом играют в настоящее время средства массовой информации. Они на современном этапе развития активно освещают наиболее значимые религиозные события. Также они располагают различными возможностями по структурированию религиозной картины мира, способствуют тому, чтобы сделать её более полной и доступной широкому кругу людей.

Главную роль в популяризации религиозного учения играют средства массовой коммуникации, такие как СМИ, которые включают в себя традиционные СМИ и сеть Интернет. Посредством СМИ пропагандируются религиозные догмы. А так как СМИ воздействуют на формирование общественного мнения, то большую роль играет репрезентация в них высказывания мнения религиозного лидера той или иной религиозной конфессии о сложившейся ситуации или совершённом событии в мире. Наблюдая за публикациями в СМИ, мы можем проанализировать те речевые

---

<sup>1</sup>Далее Церковь, Католическая церковь, Русская православная церковь мы пишем с прописной буквы, так как они представляют собой единственное объединение верующих.

стратегии, которые использует религиозный лидер для воздействия на отдельные группы людей или общество в целом.

Активное проникновение религии в массовое сознание и соответствующее повышение роли церкви в государстве не могло не повлиять на роль и функции религиозного лидера. Сегодня многие религиозные лидеры, опираясь на Святое писание и религиозные догмы, призывают к консолидации стран для разрешения международных проблем. В связи с этим происходит стирание границ между религиозным лидером как духовным наставником и религиозным лидером как лидером политическим. Что мы можем наблюдать в СМИ: освещение встречи папы Франциска с президентами различных стран, его выступление в ООН, осуждение деятельности террористов Патриархом Кириллом и др.

**Актуальность исследования** заключается в том, что, начиная с 70-х гг. XX в., состояние общества привело к осознанию факта «реинкарнации» религиозного фактора в пространстве публичности, который описывают как процесс десекуляризации и даже вводят в интеллектуальный оборот новое хроно-понятие – эпоха постсекуляризации – и говорят о постсекулярном обществе. Приставка «де-» означает противоположный секуляризации процесс, то есть расширение влияния религии на все сферы жизни человеческого общества. И хотя в большей мере здесь речь идет, прежде всего, о возвращении религиозного фундаментализма – исламского или протестантского, многие исследователи заявляют, что «...если в Азии и Африке можно наблюдать открытое возвращение религии в политику, то и в Западной Европе классическая модель секуляризации зашаталась»<sup>1</sup>. Также сам Папа Франциск на пресс-конференции отметил, что «...в каждой религии всегда есть маленькая группа фундаменталистов»<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>Альтерматт. У. Этнонационализм в Европе. М.: РГГУ, 2000. С. 130.

<sup>2</sup> Папа Франциск: нельзя говорить, что ислам – это терроризм // ТАСС 01.08.2016. [Электронный ресурс] URL: <http://tass.ru/obschestvo/3500586> Дата обращения: 12.02.2017.

По данной причине сейчас ряд исследователей сосредоточили своё внимание на присутствии религии в сфере политики: секулярный социально-политический порядок обнаруживал отделение от религии и трансформацию и инкорпорацию религиозных структур, продолжающих и сейчас оказывать влияние на политическую практику и современное миропонимание.

Господствовавшие в прошлом веке светские идеологии не сумели решить множества проблем общества. Как бы нами ни воспринималась идеология фашизма, анархизма, коммунизма, очевидно то, что ни одна идеология в итоге не смогла занять господствующее положение и эффективно решить многие общественные проблемы. Военная организация фашизма в Германии не смогла привести к победе в Европе. Западная демократия также не оказалась победителем после распада Советского Союза. Демократии западного образца не в состоянии адекватно отреагировать на глобальные проблемы современности. И ввиду этого в настоящее время на передний план вышла Церковь и её лидеры. Она стала субъектом консолидации общества с целью решения существующих на международном уровне проблем.

Именно по публикациям в СМИ мы можем наблюдать и анализировать роль и функции, которые сейчас выполняет религиозный лидер той или иной конфессии. Также публикации в СМИ во многом отражают те речевые особенности религиозного лидера, с помощью которых он влияет на умы и действия людей в сфере политике и не только.

При этом в рамках одного исследования весьма проблематично будет охватить и проанализировать всех религиозных лидеров, деятельность которых освещается в СМИ. В связи с этим автор решил сконцентрировать внимание на публикациях, посвящённых деятельности лидеров христианства – Папы Франциска и Патриарха Кирилла.

**Научная новизна** работы заключается в выборе носителя речевых стратегий. Впервые в сравнении изучаются речевые особенности политической коммуникации религиозных лидеров христианства – Папы Франциска и Патриарха Кирилла.

**Объектом исследования** являются функции религиозного лидера в политической коммуникации.

**Предметом исследования** стали речевые особенности религиозного лидера в политической журналистике.

**Целью исследования** является анализ освещения и интерпретации в средствах массовой информации политической деятельности религиозного лидера.

Первой **гипотезой исследования** является предположение, что религиозный лидер использует стратегии религиозного дискурса при обсуждении политических тем. Второй гипотезой исследования является суждение, что средства массовой информации формируют образ религиозного лидера как влиятельного политического актора.

**Задачи исследования:**

1. Проанализировать теоретические основы политической коммуникации.
2. Определить своеобразие публикаций выступлений религиозных лидеров в системе политической коммуникации.
3. Выявить компоненты религиозного дискурса, которые касаются политической сферы.
4. Определить роль религиозного лидера в политической коммуникации.
5. Проследить специфику освещения деятельности религиозного лидера в российских СМИ.
6. Провести анализ речевых особенностей религиозного лидера как политического актора.

**Теоретическую базу** исследования составили труды зарубежных учёных, посвящённых исследованию общих вопросов массовой коммуникации

и политической коммуникации в частности: Г. Гербнер<sup>1</sup>, К. Дойч<sup>2</sup>, Г. Лассуэл<sup>3</sup>, П. Лазарсфельд<sup>4</sup>, Л. Пай<sup>5</sup>, У. Шрамм<sup>6</sup>; а также отечественных исследователей: М. Н. Грачёва<sup>7</sup>, И. В. Мирошниченко<sup>8</sup>, Г. Г. Почепцова<sup>9</sup>, Г. В. Пушкарёвой<sup>10</sup>, А. И. Соловьёва<sup>11</sup>. Также работы ведущих специалистов по когнитивной лингвистике и речевому воздействию: Н. А. Арутюновой<sup>12</sup>, Л. М.

---

<sup>1</sup>Gerbner G., Gross L., Morgan M., Signorelli N. Political Correlates of Television Viewing // Public Opinion Quar. Harmondsworth.: Penguin, 1965. 312 p.

<sup>2</sup>Deutsch K. W. The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control. London.: Free Press of Glencoe, 1963. 342 p.

<sup>3</sup>Lasswell H. The Use of Content Analysis in Studing Social Change // Social Science Information. Stanford.: Stanford University Press, 1968. 187 p.

<sup>4</sup>Lazarsfeld P. F. On Social Research and its Language. Chicago.: University of Chicago Press, 1993. 287 p.

<sup>5</sup>Pye L. Political Communication // The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions / Rev. ed. by Vernon Bogdanor. Oxford.: Blackwell Reference, 1987. 441 p.

<sup>6</sup>Schramm W. The Nature of Communication Between Humans // Process of Effects of Mass Communication / Rev. ed. by Wilbur Schramm and Donald F. Roberts. Urbana.: University of Illinois Press, 1971. 343 p.

<sup>7</sup>Грачёв М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. Монография. М.: Прометей, 2004. 327 с.

<sup>8</sup>Мирошниченко И. В. Политическая культура социально-профессиональных групп: Дисс. . канд. полит. наук. Краснодар.: Краснодар. гос. ун-т, 2004. 174 с.

<sup>9</sup>Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук Ваклер, 2006. 651 с.

<sup>10</sup>Пушкарёва Г. В. Политический менеджмент: Учебное пособие для студентов упр. специальностей вузов. М.: Дело, 2002. 399 с.

<sup>11</sup>Соловьёв А. И. Политические коммуникации: Учебное пособие при подгот. специалистов по направлению «Политологи». М.: Аспект Пресс, 2004. 331 с.

<sup>12</sup>Арутюнова Н. А. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.

Васильева<sup>1</sup>, Т. А ван Дейка<sup>2</sup>, О. С. Иссерс<sup>3</sup>, В. И. Карасик<sup>4</sup>, О. Н. Паршиной<sup>5</sup>.  
И исследования отечественных и зарубежных лингвистов, посвящённых  
изучению религиозного дискурса: Р. Водак<sup>6</sup>, Е. В. Грудева<sup>7</sup>, Л. П. Крысин<sup>8</sup>, Н.  
Б. Мечковская<sup>9</sup>, О. А. Прохвятилова<sup>10</sup>.

**Эмпирической базой** исследования послужили публикации в российских средствах массовой информации за 2013 – 2016 гг. : электронные версии журнала «Журнал Московской патриархии», газет «Российская газета» и «Коммерсантъ»; новостное интернет-издание «KATOLIK.ru»; информационное агентство «ТАСС». Выбор изданий основывался на идеологическом факторе (либеральное и консервативное) и на рейтинге цитируемости. Также были отобраны по одному религиозному изданию (православное и католическое). Выбор хронологических рамок исследования обусловлен тем, что 13 марта 2013 года Хорхе Марио Бергольо был избран Папой Франциском. Всего было проанализировано 365 публикаций.

---

<sup>1</sup>Васильев Л. М. Современная лингвистическая семантика: Учебное пособие для вузов. М.: Высшая школа, 1990. 176 с.

<sup>2</sup>Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация. Благовещ.: БГК, 2000. 308 с.

<sup>3</sup>Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: УРСС, 2012. 299 с.

<sup>4</sup>Карасик В. И. Язык социального статуса. М.: Гнозис, 2002. 333 с.

<sup>5</sup>Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России. Саратов.: Изд-во Саратовского гос. ун-та, 2005. 193 с.

<sup>6</sup>Водак Р. Язык. Дискурс. Поэтика. Волг.: Перемена, 1997. 197 с.

<sup>7</sup>Грудева Е. В. Религиозная сфера и церковно-проповеднический стиль // Русский язык: история и современное состояние: Материалы Всерос. науч. конф., посвящ. 90-летию со дня рожд. А. А. Дементьева. Самара.: Изд-во Самарского гос. пед. ун-та, 1999. С. 187-197.

<sup>8</sup>Крысин Л. П. Религиозно-проповеднический стиль и его место в функционально-стилистической парадигме современного русского литературного языка // Поэтика. Стилистика. Язык и культура: Сб. памяти Т. Г. Винокур. М.: Наука, 1996. С. 135-138.

<sup>9</sup>Мечковская Н. Б. Язык и религия. М.: Агентство «ФАИР», 1998. 352 с.

<sup>10</sup>Прохвятилова О. А. Православная проповедь и молитва как феномен современной звучащей речи. Волгоград.: Волгогр. гос. ун-т, 1999. 362 с.



**Методологической основой** исследования является принцип единства системного, структурно-функционального и сравнительного методов. Для отбора публикаций был использован выборочный метод: выборка осуществлялась по ключевым словам – медиаметрическим цитатам (*Папа Франциск, Католическая церковь, католицизм, Патриарх Кирилл, Русская православная церковь, православие*). Для анализа публикаций использовались лингво-стилистический анализ и контент-анализ.

**Практическая значимость исследования** состоит в том, что его результаты могут быть использованы для написания научных работ по изучению СМИ, роли религиозного лидера в политике и осмыслению компонентов религиозного дискурса. Также результаты нашего анализа могут быть полезными для журналистов, занимающихся религиозными вопросами и межконфессиональными взаимоотношениями. Помимо этого, выводы данной работы возможно использовать пресс-службой Русской православной церкви при разработке коммуникационной стратегии, отвечающей запросам времени.

Апробация некоторых положений и выводов исследования проведена в докладах и тезисах на международной конференции «Медиа в современном мире. Молодые исследователи»<sup>1</sup> в 2016 и 2017 гг.

Диссертация состоит из введения, трёх глав, заключения и списка литературы, который включает в себя 72 источника.

Работа начинается с введения, в котором обосновывается актуальность темы исследования, определяются объект и предмет, цель и задачи исследования, научная новизна и практическая значимость, теоретическая и эмпирическая база.

---

<sup>1</sup>Бушланова А. А. Речевые особенности политической коммуникации религиозного лидера // Медиа в современном мире. Молодые исследователи: материалы 15-й международной конференции студентов, магистрантов и аспирантов. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2016. С. 298.; Бушланова А. А. Социальные сети как инструмент политической борьбы // Медиа в современном мире. Молодые исследователи: материалы 16-й международной конференции студентов, магистрантов и аспирантов. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, 2017. С. 278.

Первая глава посвящена изучению сущности политической коммуникации. Первый раздел посвящён рассмотрению основных теоретических подходов к понятию *«политическая коммуникация»*, её функциям и моделям. Во втором разделе описывается и анализируется место и роль средств массовой информации в массовой коммуникации и, в частности, в политической коммуникации.

Вторая глава посвящена анализу деятельности религиозного лидера в политической коммуникации. В первом разделе раскрывается сущность понятия *«речевая стратегия»* и её типы, анализируются стратегии, характерные для религиозного дискурса. Во втором разделе рассматривается феномен *«языковая личность»*.

Третья глава посвящена анализу деятельности религиозного лидера в политической коммуникации. В первом разделе рассматривается роль личности религиозного лидера в политике и в политической коммуникации. Во втором разделе проводится анализ речевой деятельности Папы Франциска и политической коммуникации Патриарха Кирилла.

## ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

### 1. Политическая коммуникация: характеристика, основные модели и признаки

Нельзя отделить политику от всей деятельности людей, а также разных способов взаимодействия её участников. Также она не воспринимается вне коммуникационных процессов, которые направляют политическую жизнь общества. Политическая коммуникация представляет в области политики социально-информационное поле. Коммуникация в политике выполняет две главные функции: 1) передача необходимой информации; 2) изменение поведения людей. Главная цель политической коммуникации состоит в изменении поведения людей, поскольку оно представляет собой основу властно-управленческих отношений.

Понятие «коммуникации» появилось в политологии недавно. Впервые о нем заявил Норберт Винер, создатель кибернетики. Он предположил, что явления внешнего мира можно объяснить с позиций информационного обмена<sup>1</sup>. В своей работе Винер представил коммуникацию в качестве основной ценности информационного общества. В информационном обществе очень важно обладать нужной информацией.

Впервые в политологии понятие «коммуникация» применено Ф. Ратцелем в начале XX века. В созданной им теории государства он отметил, что «передача информации в политическом смысле – наиболее важная из остальных коммуникационных услуг»<sup>2</sup>.

Между тем определение этого термина появилось ещё раньше. Коммуникация понимается в широком смысле слова как передача информации от одного человека к другому за счёт речи, жестов, изображений

---

<sup>1</sup>Винер Н. Человек управляющий. СПб.: Питер, 2001. С. 43.

<sup>2</sup>Цыганков П. А. Международные процессы в условиях глобализации: проблема эффективной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология, 1999. № 4. М.: МГУ, С. 57.

и т. д.<sup>1</sup>. Информация фиксируется на материальных носителях. Коммуникация появилась с зарождением общества. Она является инструментом политического воздействия. Коммуникация делится на речевую и визуальную. В различные исторические эпохи политическая коммуникация использовалась в нужном для субъекта коммуникации направлении. Постепенно с появлением нормативной базы стал осуществляться контроль за информационными потоками в обществе.

Понятие «*политической коммуникации*» появилось в процессе эволюцией западного общества по окончании Второй мировой войны. Выделение исследования политической коммуникации в самостоятельное направление получило наименование политической коммуникативистики<sup>2</sup>. Оно развивалось на стыке социальных и политических наук. Развитие этого направления связано с демократизацией различных политических процессов в мире во второй половине XX века. Также причиной его развития стал рост информационных технологий и развитие кибернетики.

Первоначально под политической коммуникацией понимался процесс создания, отправления, получения и дальнейшая обработка различных сообщений, способных оказывать заметное действие на сферу политики. Это воздействие может являться прямым, либо косвенным. А результаты такого воздействия могут проявиться либо незамедлительно, либо через какой-то определённый период времени. Создателями таких коммуникативных сообщений могут быть отдельные индивиды, не имеющие отношения к какому-либо общественному институту. Также это могут люди, профессионально занимающиеся политикой и журналистикой, представители различных групп интересов.

Политическое сообщение – основной аспект политики. Подавляющую часть политически значимой информации человек получает благодаря

---

<sup>1</sup>Грачёв М. Н. К вопросу об определении понятий «политическая коммуникация» и «политическая информация» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология, 2003. № 4. С. 34.

<sup>2</sup> Там же. С. 35.

распространяемым сообщениям, то есть не из своего собственного опыта. К. Дойч считает, что политическая коммуникация – это «нервная система государственного управления»<sup>1</sup>. По его мнению, политические сообщения являются фактором, который в общем обуславливает политическое поведение любого актора процесса коммуникации.

Довольно полное истолкование политической коммуникации дал Р.-Ж. Шварценберг. Им определено это понятие в качестве «процесса, в рамках которого происходит передача политической информации»<sup>2</sup>. В итоге информация циркулирует от одних частей политической системы к другим, а также между политической системой и социальной системой. Таким образом происходит непрерывный обмен информацией между индивидами и группами в обществе на различных уровнях.

Как отметили авторы «Словаря политического анализа», в сфере политической коммуникации обычно оказывают своё влияние написанные или произносимые слова. Но она также происходит и с помощью любых знаков, сигналов, символов, посредством которых можно передать смысл. К коммуникации следует относить также различные символические акты. Политическая коммуникация в значительной части составляет сферу компетенции различных специализированных институтов и учреждений. Среди них можно отметить СМИ, политические партии и т. д. Но её также можно найти и в любой обстановке социального общения, к примеру, в обсуждении в палатах законодательных органов, любых других обсуждениях<sup>3</sup>.

Профессор Л. Пай из Массачусетского технологического института утверждал, что в процессе политической коммуникации происходит не одностороннее воздействие сигналов (то есть направленное со стороны элиты

---

<sup>1</sup>Deutsch K.W. The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control. London.: Free Press of Glencoe, 1963. P. 72.

<sup>2</sup>Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология. Т.1. М.: Российская академия управления, 1992. С. 174.

<sup>3</sup> The Dictionary of Political Analysis / Eds.: J. C. Plano, R. E. Riggs H. S. Robin. London.: ABC Clio, 1982. P. 112.

к массам), а множество неформальных коммуникационных процессов, оказывающих своё воздействие на политику<sup>1</sup>.

В российской политологии одним из первых определений понятия «*политической коммуникации*» стало определение, данное М. Ю. Гончаровым. Согласно ему, политическая коммуникация обозначает процесс циркуляции информации в политической сфере, т.е. практически любые сообщения, способные оказать своё действие на отношения между государствами, нациями, классами и т. п.<sup>2</sup>. Такая информация может являться весьма разнообразной по своим жанрам. Она бывает рассчитана на разные аудитории и применима как к сфере дипломатических переговоров, так и к различным сообщениям, которые передаются посредством каналов массовой коммуникации.

Другой подход к понятию политической коммуникации предложил А. И. Соловьёв. По его мнению, политическую коммуникацию можно понимать, как один из частных случаев осуществления информационного обмена, попыток коммуникаторов вступить в контакт с контрагентом<sup>3</sup>. Т. о., можно идентифицировать политическую коммуникацию как форму общения, которая устанавливается на основании передачи информации, порождающей осмысленный ответ реципиента в ответ на вызов со стороны коммуникатора.

Ещё в одном политологическом словаре обозначена характеристика функционального аспекта происходящих политико-коммуникационных процессов. Там говорится, что политическая коммуникация представляет собой процесс передачи политической информации, структурирующий

---

<sup>1</sup>Pye L. Political Communication // The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions / Rev. ed. by Vernon Bogdanor. Oxford.: Blackwell Reference, 1987. P. 342.

<sup>2</sup>Гончаров М. Ю. Риторика политической коммуникации // Массовая коммуникация в современном мире / Под ред. Буданцева Ю. П. М.: МГИМО, 1991. С. 55.

<sup>3</sup>Соловьёв А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. Политические исследования. № 3. М.: Весь мир. 2002. С. 7.

политическую деятельность и придающий ей совершенно новое значение<sup>1</sup>. Согласно этому определению, политическая коммуникация способна формировать общественное мнение и осуществлять политическую социализацию граждан.

Исходя из всего сказанного выше, вполне можно сделать выводы о том, что политическая коммуникация связана с целенаправленной передачей и выборочным приёмом информации. Она является смысловым аспектом взаимодействия политических субъектов посредством обмена информацией в ходе борьбы за власть, либо непосредственно в процессе её осуществления. Можно воспринимать политическую коммуникацию как вид политических отношений, за счёт которого субъекты, которые доминируют в политике, получают возможность регулировать производство и распространение разнообразных политических ценностей и идей.

Сейчас политическую коммуникацию можно рассматривать в качестве функциональной составляющей политической сферы общества, которая обеспечивает взаимосвязь между её различными компонентами. Но политическая коммуникация также выступает в качестве деятельности политических акторов по изготовлению и последующему распространению значимой политической информации, которая направлена на создание определенного образа мыслей у людей и определённых действий со стороны различных социальных субъектов.

В зависимости от конкретного способа распространения информации, Ю. В. Ирхин предлагает различить 2 вида политической коммуникации:

- Первый вид политической коммуникации – естественная. Данный тип коммуникации характеризует прямая связь коммуникаторов и наличие «живого» текста, подвергающегося тем или иным изменениям в зависимости от реакции малой группы получателей.

---

<sup>1</sup> Политологический словарь / Под ред. Мигولاتьев А. А., сост. Варывдин В. А. Ч. 1. М.: Луч, 1994. С. 182.

- Второй вид – технически опосредованная коммуникация. Её характеризует наличие текста, закреплённого в материальных носителях, а также отсутствие прямой связи между субъектом и объектом коммуникации. Данный тип коммуникации отличает наличие численно больших рассредоточенных групп – аудиторий<sup>1</sup>.

Несмотря на активное развитие в современном мире информационных технологий, естественные коммуникации по-прежнему не утрачивают своего значения и играют огромную роль для общества и СМИ. Межличностное общение является микроуровнем политической коммуникации. Информация, которая содержится в сообщениях официальных субъектов политической коммуникации, лучше воспринимается и успешно усваивается людьми, если её положительно оценивает круг знакомых индивида.

Одну из самых первых моделей политической коммуникации предложили Б. Берельсон, П. Лазарсфельд, Х. Годэ. Эта модель включает в себя две ступени. Согласно указанной модели, действие на индивидов массовой коммуникации является в большей степени не непосредственным, а опосредуется за счёт мелких групп. В этих группах посредниками при передаче информации выступают «лидеры общественного мнения»<sup>2</sup>. Эти люди пользуются в своих группах определённым авторитетом среди людей, интересующихся той или иной проблемой, активно читают газеты, прослушивают радиопрограммы и затем обсуждают всё прочитанное и услышанное среди своего окружения, давая происходящим событиям и фактам своё толкование (см. рис. 1.) . Другими словами, внутригрупповой и межличностный виды коммуникации опосредуют массовую коммуникацию по такой схеме: идеи передаются от радиопередач и публикаций в газетах к лидерам общественного мнения, а затем далее от них – к населению.

---

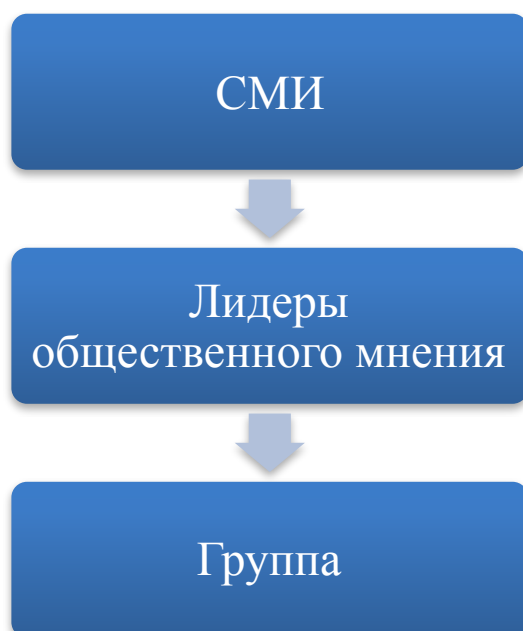
<sup>1</sup>Ирхин Ю. В., Зотов В. Д., Зотова Л. В. Политология: учебное пособие. М.: Юристъ, 2002. С. 52.

<sup>2</sup> Lazarsfeld P. F. On social Research and its Language. Chicago.: University of Chicago Press, 1993. P. 47.



При этом, как смогли показать исследования, информационное воздействие посредством массовой коммуникации чаще всего способно закрепить предпочтения, которые уже есть у респондента на сознательном уровне, или же актуализирует латентные предпочтения людей, что в итоге вызывает сознательное уточнение неопределенной позиции, которое изначально было у респондента. Только в самых редких случаях происходит переубеждение людей и их переход на противоположные первоначально существовавшие позиции.

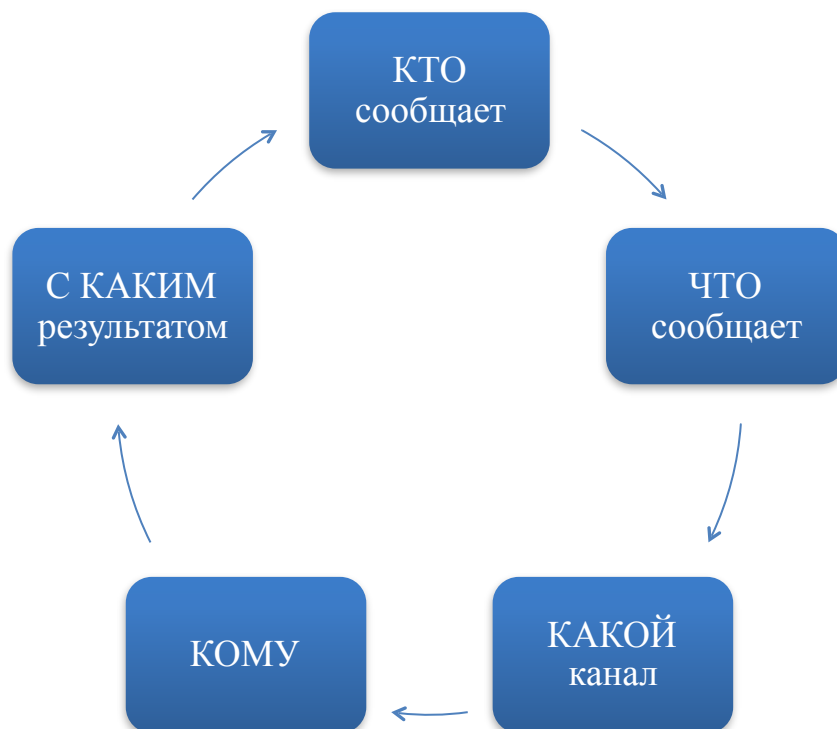
*Рис. 1.*



В 1948 году Г. Лассуэлл положил начало формированию политической коммуникации в её современном виде. Им была предложена логическая схема политической коммуникации, которая заключалась в череде конкретных вопросов (см. рис. 2.). Эта формула позволяет интерпретировать политическую коммуникацию как побуждающий процесс, в котором принимают участие коммуникатор, отправитель того или иного информационного сообщения. Он старается оказать воздействие на

аудиторию, являющуюся в свою очередь адресатом<sup>1</sup>. В дальнейшем многие исследователи, не отрицая инструментальной полезности данной схемы, отметили, что она в теоретическом смысле служит упрощением общественно-политической сферы действительности.

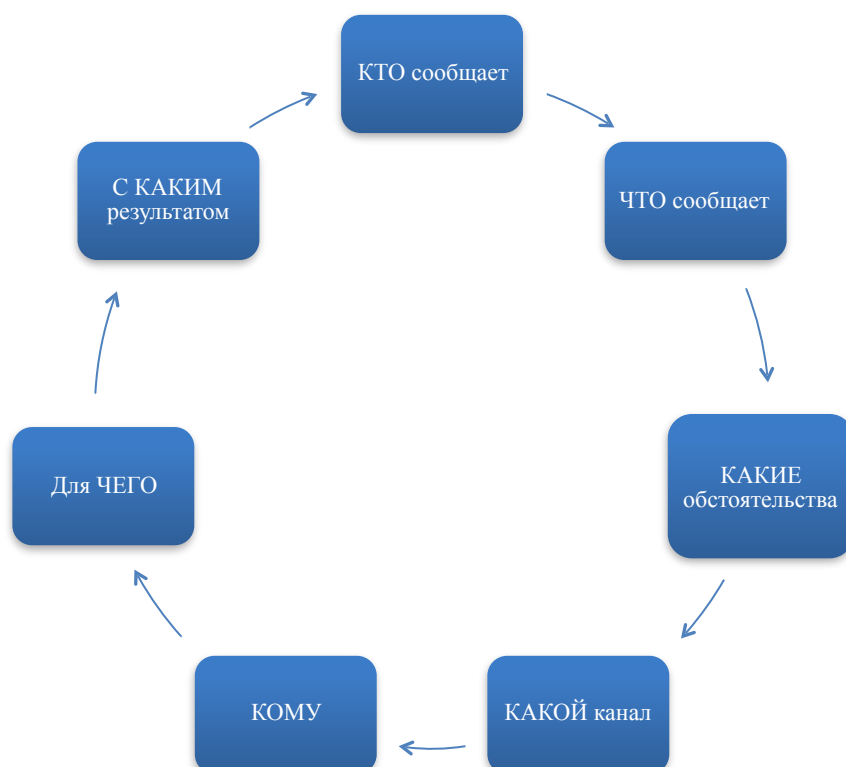
Рис. 2.



К данной формуле Р. Брэдок добавил 2 момента: при каких именно обстоятельствах и для чего направлено то или иное сообщение (см. рис. 3.). Данная модель способна отражать динамику увеличения результата воздействия сообщений, особенно если их передают при помощи СМИ.

<sup>1</sup>Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2002. С. 56.

Рис. 3.



Модель процесса политической коммуникации, которая была предложена Дж. Гербнером, по структуре схожа с формулой, данной Лассуэллом. Она включает следующие элементы: кем-то воспринимается определенное событие, он реагирует на данную ситуацию, используя при этом те или иные средства, чтобы сделать доступными материалы, передающие сообщение в определенной обстановке и с определенными последствиями<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>Gerbner G., Gross L., Morgan M., Signorelli N. Political Correlates of Television Viewing // Public Opinion Quar. Harmondsworth.: Penguin, 1965. P. 102.

Эта модель зависит от того, какой вид коммуникативной обстановки она отображает. В качестве преимущества модели Гербнера можно отметить то, что данная модель, с учетом вероятности использования коммуникаторами различных средств создания и дальнейшего распространения информационных сообщений, может одинаково применяться для иллюстрации и естественных, и опосредованных технически процессов коммуникации. Также она может применяться в межличностной, групповой и в массовой видах коммуникации. Данная модель напоминает о том, что толкование любого события субъективно. Поэтому часто исходящее сообщение не соответствует получаемой информации.

В конце 1940-х годов К. Шеннон и У. Уивер предложили графическую интерпретацию коммуникативного процесса (см. рис. 4.). В модели Шеннона – Уивера коммуникация является однонаправленной. Источником информации создается сообщение, оно направляется в передатчик, преобразуется в сигнал, передается по каналу связи к приёмнику. Далее приёмник воспроизводит сообщение из данного сигнала. В итоге сообщение окончательно достигает получателя. Но при передаче сигнала иногда бывают помехи. Наложение шумов способно вызвать то, что переданный и полученный сигналы будут не соответствовать. В итоге созданное и полученное сообщения могут быть разными по смыслу. Преодолеть помехи, шум можно с помощью увеличения повторения передачи информации или за счёт использования иных каналов связи<sup>1</sup>.

*Рис. 4.*

---

<sup>1</sup>Шеннон К. Э. Математическая теория связи // Работы по теории информации и кибернетике / Пер. Карпов С. М.: ИИЛ, 1963. С. 253.



Осгуд П. и Шрамм У. одни из первых заговорили о необходимости получения обратной связи. В основании такой модели – циркулярный характер коммуникации (см. рис. 5.). Акцент этой модели перенесён на интерпретацию сообщений<sup>1</sup>. Осгуд и Шрамм обратили внимание на поведение тех, кто участвует в коммуникации, то есть на отправителя и получателя (их главные задачи заключаются в кодировании, декодировании, интерпретации сообщений). При этом отправитель и получатель меняются поочередно местами, и их коммуникация происходит в виде диалога. Недостаток этой модели состоит в том, что она предполагает равноправность различных участников коммуникации, а в сфере политической коммуникации это происходит не всегда.

*Рис. 5.*

---

<sup>1</sup> Грачёв М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. Монография. М.: Прометей, 2004. С. 33.



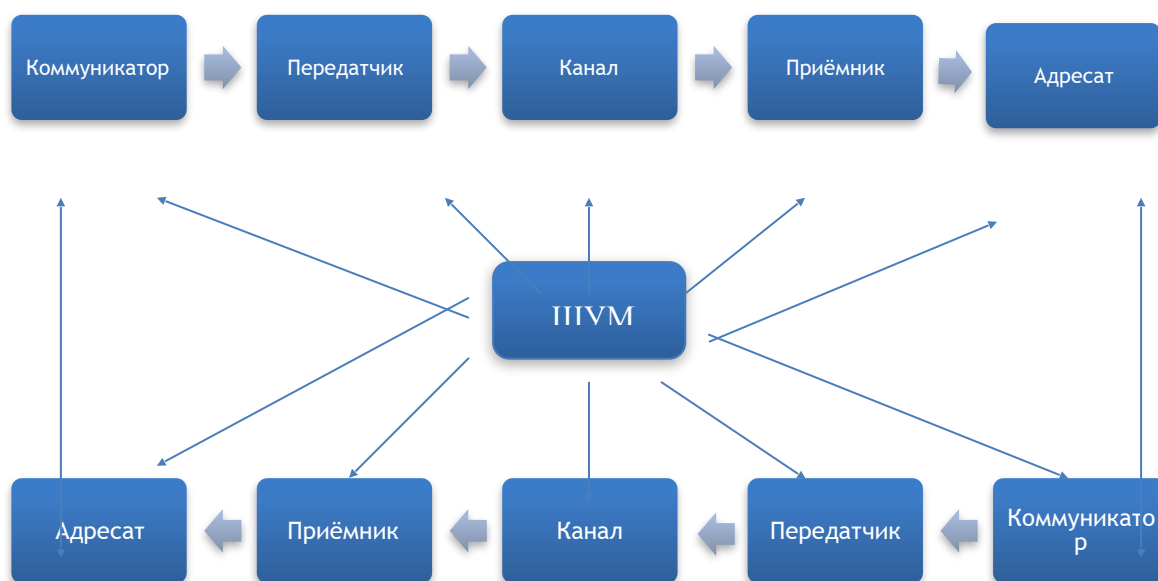
Следующий этап в создании модели политической коммуникации М. де Флёра. Она создана в середине 1960-х годов. М. де Флёр предложил произвести видоизменение модели Шеннона – Уивера (см. рис. 6.). Он выдвинул на первый план проблему соотношения изначального сообщения, которое было послано источником, и сообщения, которое в итоге поступило к адресату. Понятие «коммуникация» при этом воспринимается в виде итога достижения соответствия между первоначальным и полученным сообщением<sup>1</sup>. В связи с этой моделью появляются некоторые спорные моменты: не понятно, как отправитель переводит передаваемое сообщение в информацию, и как именно получатель в итоге начинает расшифровывать информацию в сообщение. Если между передаваемым и полученным сообщением установлено соответствие, то это значит, что коммуникация состоялась.

В указанной модели учитывается недочёт модели, представленной Шенноном и Уивером, а именно отсутствие в ней фактора обратной связи. Благодаря наличию обратной связи в новой модели можно значительно

<sup>1</sup> Грачёв М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. Монография. С. 32.

увеличить результативность передачи информации и повысить вероятность соответствия между отправленным и принятым сообщениями.

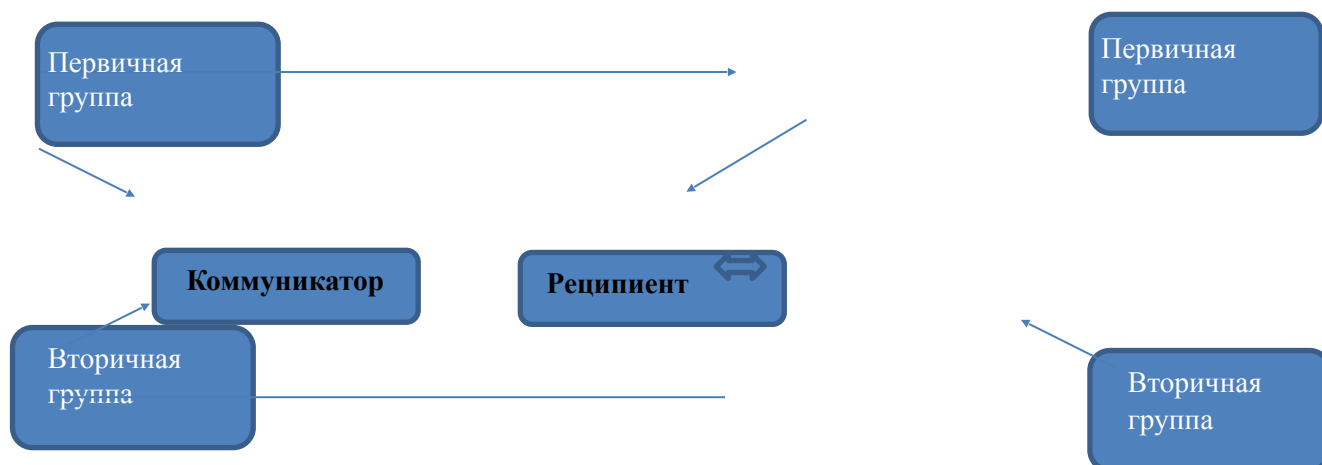
Рис. 6.



В 1959 г. был предложен социологический подход к коммуникации в сфере политике. Его предложили Дж. и М. Райли<sup>1</sup> (см. рис. 7.). Они создали подход, который в первую очередь учитывает процессы, протекающие в аудитории средств массовой коммуникации. Он имеет своей целью рассмотреть коммуникацию в качестве одной из систем в обществе. Важная идея этого подхода следующая: участники процесса коммуникации включены в взаимоотношения, которые напрямую не связаны с коммуникацией, но способны оказать на неё большое воздействие. Среди подобных психологических отношений можно отметить принадлежность людей к тем или иным референтным и первичным группам. Первичные группы – это группы общения близких друг друга людей. К примеру, это семья. В отдельную категорию можно выделить вторичную группу политических союзов и организаций. Они выступают для своих участников как эталоны норм, а также ценностей.

Рис. 7.

<sup>1</sup>Гнатюк О. Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие. М.: Проспект, 2013. С. 112.



В отечественной сфере политической коммуникации в последнее время отмечается развитие. Сейчас проводится ревизия устаревших идей, переосмысливаются труды зарубежных исследователей.

В СССР при отсутствии разнообразной политологии всё же различные аспекты политической коммуникативистики обсуждались специалистами: обществоведами, философами, психологами, историками и т. п. К примеру, В. Г. Афанасьевым рассматривалась проблематика понятийного аппарата, также он изучал источники, сущность, виды существующей социальной информации. Им изучался и феномен информации в деле управления социумом. Кроме того, Афанасьев занимался анализом нюансов решений, информационных систем, а также политической информации<sup>1</sup>.

Одна из самых первых российских диссертационных работ, которые были посвящены роли политической коммуникации в действующей избирательной системе – это работа Р. Л. Посикеры. Она имеет название «Политическая коммуникация в условиях избирательных кампаний». В этой работе осуществлён анализ существующих в данной сфере технологий и концепций. В диссертации рассмотрены вопросы, касающиеся понятийного

<sup>1</sup>Афанасьев В. Г. Социальная информация и управление обществом. М.: ЛИБРОКОМ, 1975. С. 264.



аппарата, а также эволюции типов осуществления коммуникации в сфере политики. Кроме того, изучен избирательный процесс и его место в коммуникации, влияние существующих политических традиций на проведение избирательных кампаний, а также применение электорального пиара<sup>1</sup>.

Сейчас в исследованиях учёных актуален анализ политической коммуникации в России в 2000-х гг. Например, А. М. Максимов в своей работе показал доминирование субъект-объектных отношений в сфере коммуникации. При таких отношениях субъекты представлены акторами разного типа. Другой особенностью политической коммуникации, которую он определил, является слабая обратная связь (индивид, группы или объединения могут только частично доводить свои интересы и требования представителей государственной власти)<sup>2</sup>.

Другой российский политолог, А. И. Соловьёв, определил политические коммуникации в качестве процесса формирования вполне осмысленных контактов меж реципиентами и коммуникаторами в процессе передачи информации. По мнению исследователя, политическая информация – это сведения, отбираемые из потока информации для подготовки и принятия решений в системе политической власти или для исполнения тех или иных функций<sup>3</sup>. Иными словами, можно сказать, что информация является ценным ресурсом для совершения или не совершения политическим актором какого-либо действия, а также она служит ресурсом, который позволяет достигнуть тех или иных политических и иных целей.

---

<sup>1</sup>Посикера Л. Р. Политическая коммуникация в условиях избирательных кампаний: анализ концепций и технологий. Автореф. дис. на соиск. учён. степ. к. полит. н. М.: Рос.академ. гос. службы при Президенте Рос. Федерации, 1994. С. 7.

<sup>2</sup> Максимов А. М. Институциональные преобразования в избирательной системе Российской Федерации и их влияние на политическую коммуникацию // Научные ведомости Белгород. гос. ун-та. Сер.: Политология. Белгород.: НИУ БелГУ, 2011. С. 86.

<sup>3</sup> Соловьёв А. И. Политология: политическая теория, политические технологии. М.: Аспект Пресс, 2006. С. 213.

Довольно серьёзный вклад в развитие российской политической коммуникативистики смог внести М. Н. Грачёв. В своей диссертационной работе «Политическая коммуникация: теоретико-методологический характер» он рассматривает политическую коммуникацию как передачу политической информации, структурирующую политическую деятельность. Он придаёт ей совершенно новое значение, формирует общественное мнение и влияет на политическую социализацию индивида. Исследователь обнаружил, что процесс передачи политической информации состоит из 4-х дополняющих друг друга типов коммуникационных стратегий: общественного информирования, двусторонней асимметричной и симметричной, рекламно-пропагандистского типа<sup>1</sup>.

А. В. Чугунов, политолог из Санкт-Петербургской школы, уделил своё внимание роли глобальной сети в политических коммуникациях. Автор учёл, что сейчас информационные технологии в социуме получили новые черты. К новым тенденциям, которые связаны с появлением и использованием сети Интернет, он отнёс:

- информация носит глобальный характер и уменьшает роль государственных границ;
- происходит рост технических возможностей работы с политической информацией, что усложняет процесс государственной цензуры;
- усиливается действие информационных технологий на разнообразные отрасли человеческой жизни и зависимость человека от них;
- всё это приводит к децентрализации общества<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>Грачёв М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепты, модели, векторы развития. Монография. С. 56.

<sup>2</sup>Соловьёв А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии. С. 213.

Большую известность смогли получить работы Ф. И. Шаркова. В них он подчеркнул, что основа политико-коммуникационной сферы заключается в передаче, перемещении, обмене политической информации, которая возникает в процессе свершения общественно-практической деятельности<sup>1</sup>. Процесс обмена политической информацией возникает между всеми в обществе: социальными группами, классами, индивидами. Вслед за Соловьёвым, Шарков придаёт существенное значение политической информации, которая, по его позиции, представляет сумму знаний и сообщений о фактах и событиях политического социума. Политическая информация передаётся посредством сообщений. Поэтому он выделяет 3 разных типа политических сообщений:

- информативные;
- технологические;
- побудительные<sup>2</sup>.

Среди российских исследований есть возможность выделить в отдельный кластер теорий политической коммуникации, изучающий технологии наподобие «мягкой силы», «цветных революций» и т. п. Можно отметить в связи с этим следующую тенденцию — российские специалисты перестают слепо преклоняться перед концептами, порождёнными за рубежом и используют их только тогда, когда их специфика соответствует специфике происходящих в России политических процессов, и когда они соответствуют особенностям политической культуры России.

Исходя из вышесказанного, можно обнаружить, что российские исследования в сфере политической коммуникативистики получили развитие от советского периода отрицания политологии, существующей за рубежом до

---

<sup>1</sup>Шарков Ф. И. Политическая коммуникация в современном информационном обществе // PolitBook. М.: НИИ общественных и политических наук. 2012. № 2. С. 6.

<sup>2</sup>Шарков Ф. И. Политическая коммуникация в современном информационном обществе // PolitBook. С. 7.

заимствования западных научных конструктов и создания своих собственных теоретических моделей в области политической коммуникативистики.

Указанные модели политической коммуникации дают возможность рассмотрения политико-коммуникационного процесса как отношений, которые возникают между политическими акторами в процессе обмена той или иной информацией. Вполне можно говорить, что коммуникационный процесс строится на предоставлении информации. Она может быть любого характера, но важна её надобность получателю. Именно поэтому формируемое сейчас политико-информационное пространство становится местом для обсуждения общественно-политических проблем и вопросов различными социальными группами, в том числе религиозными лидерами.

## 2. СМИ в системе политической коммуникации современного мира

Особенную роль в распространении информации и формировании общественного мнения уже давно играют средства массовой информации. Исторически они появились на политическом рынке в качестве органов партийной печати, одновременно также и как постоянно расширяющие читательскую аудиторию издания. Вместе со своим развитием СМИ налаживали связь с людьми и смогли завоевать авторитет со стороны общества. В то же время они дали почувствовать гражданам, что они являются участниками социальных и политических процессов, осознать принадлежность к государству и политике. В итоге они стали чем-то вроде первичного института политической социализации, наподобие Церкви, семьи, школы.

СМИ сейчас принято определять в качестве специфических организаций, созданных специально для того, чтобы собирать, обрабатывать

и открыто публично передавать сведения при помощи специального технического инструментария. В зарубежной литературе их именуют средствами массовой коммуникации, а в большинстве англоязычных стран – масс-медиа. Средства массовой информации не нужно отождествлять с техническими средствами, которые опосредуют передачу сообщений большой аудитории. Это, в первую очередь, специфические объединения, использующие определенные технические средства и которые являются социальным институтом.

По мнению Г. Лассуэлла, деятельность средств массовой информации в прошлом веке была направлена на то, чтобы повысить уровень политического просвещения населения, на осознание людьми собственных интересов в сфере власти<sup>1</sup>. Основная причина завоевания средствами массовой информации значимого места в политической жизни современного общества – то, что при их помощи государство и иные политические субъекты способны оповещать людей о ценностях и целях политики, а также успешно моделировать отношения с общественностью. Также СМИ нужны для поддержания авторитета тех или иных стереотипов и традиций. Говоря другими словами, СМИ оказались в итоге мощным инструментом формирования политических порядков, средством выстраивания нужных для власти связей и отношений с общественностью.

Вместе с увеличением значения средств массовой информации для политической элиты и государственного аппарата, они также стали привлекательным инструментом политического участия для обычных граждан. СМИ являются одним из наиболее эффективных посредников во взаимоотношениях населения и власти. Благодаря открытости и оперативности в формулировании оценок, а также в возможности отражения интересов разнообразных групп населения, средства массовой информации в итоге оказались практически ведущим институтом социального представительства интересов граждан.

---

<sup>1</sup>Гнатюк. О. Л. Основы теории коммуникации : учебное пособие. С. 119.

Благодаря наличию коммуникативных характеристик, средства массовой информации в итоге смогли изменить и стиль, и процедуру формирования госорганов и правящей элиты, проведения избирательных кампаний. К примеру, на выборах люди часто ориентируются в первую очередь на то, что и как рассказывает и показывает радио или телевидение, что пишут газеты, и только потом интересуются программами кандидатов или их партийной принадлежностью.

В последнее время наблюдается появление электронных средств массовой информации, а также появляются технические возможности, служащие обеспечению двусторонней связи между коммуникатором и реципиентом. Сеть Интернет существенно повлияла на способы выявления общественного мнения, процедуру принятия различных политических решений и возможность граждан участвовать в политической жизни страны. Например, электронное голосование на выборах и референдумах, сбор политической информации, обсуждение законопроектов на различных интернет-площадках и др.

Особенность процесса формирования политических предпочтений в средствах массовой информации в первую очередь определяется активной позицией убеждаемых, которая заключается в том, что они сами интерпретируют смысл символических сообщений, обращенных к ним, в соответствии с собственными убеждениями и ценностями. В данном процессе основная задача СМИ заключается в правильном понимании психологии реципиентов и поиске нужных точек влияния на когнитивные схемы человека. Такие схемы обычно делят на 2 типа:

- «схема-я» представляет собой познавательные обобщения воспринимающей личности и носит вербальное выражение. Здесь важным инструментом влияния является речь;
- «схема-другого» включает в себя обобщённое знание индивида о других людях, институтах, убеждениях. Она реализуется

человеком в зрительных образах. Поэтому в этой схеме убеждают больше не слова, а визуальные компоненты<sup>1</sup>.

Разными средствами массовой информации формируются различные образы. Для этого используются специальные техники:

- идеологическое столкновение оппонентов;
- организация дебатов в реальном времени;
- определение повестки дня;
- обращение к лидерам мнений при подаче той или иной информации;
- организация пресс-конференций;
- организация прямых телефонных линий.

Помимо вышеуказанного для формирования политических взглядов реципиента важно, к какому типу аудитории его можно отнести. Под «аудиторией» большинство исследователей понимают организованно не оформленную социальную общность людей, которая является получателем информации от СМИ<sup>2</sup>. Её подразделяют на два типа (см. таб. 1.).

*Таб. 1.*

ТИП АУДИТОРИИ	ХАРАКТЕРИСТИКА
---------------	----------------

<sup>1</sup> Дзялошинский И. М. Журналистское сообщество в оценках журналистов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2005. № 5. С. 83.

<sup>2</sup> Соловьёв А. И. Политология: Политическая теория, политические технологии. С. 175.

Массовая аудитория	Чаще всего это все получатели информации. Исследователями рассматривается, с одной стороны, как неорганизованная и инертная совокупность людей, которая пассивно воспринимает любой вид информации. С другой – как мощная социальная сила, которая способна активно влиять на политические процессы, в частности через СМИ.
Специализированная аудитория	Представляет собой устойчивую совокупность индивидов, которых объединяют общие цели, интересы ценности, социальные, культурные и иные признаки. Она глубже и основательнее, чем массовая, оценивает происходящие политические и социальные процессы в обществе. Представители данного типа формируют в обществе стереотипные или экспертные мнения. К этой аудитории относят и лидеров мнений, и политическую элиту.



Обычно по отношению к политике СМИ подразделяют на оппозиционные, правительственные, а также независимые<sup>1</sup>. Выделение данных категорий средств массовой информации показывает наличие в настоящее время различных, в т. ч. противоположных задач, которые присутствуют на информационном рынке. В общем смысле подобная структура показывает, что никакие средства массовой информации не обладают монополией в информационном пространстве. Независимые СМИ иногда усиливают проправительственные, а иногда антиправительственные позиции, либо иногда занимают какую-либо собственную позицию, отличную от других, при этом оценивая критически деятельность различных иных сил. Это позволяет индивиду и социальным группам сталкиваться с разнонаправленными точками зрения и формировать свою собственную картину мира в рамках идейно конкурентной среды.

Дж. Курран, английский исследователь, вместе с названными выше, также предлагает выделить:

- коммерческие средства массовой информации, которые представляют частный сектор;
- гражданские, которые отражают интересы определённых групп или электората в целом;
- профессиональные, представляющие интересы профсоюзов;
- общественно-рыночные, которые выражают интересы потребителей;
- СМИ, которые представляют интересы всего социума и охватывают довольно большую аудиторию<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>Маркелов К.В. Информационная политика и общественный идеал. М.: Изд-во РАГС, 2005. С. 216.

<sup>2</sup>Кузнецов В.Ф. Интегрированные политические коммуникации в процессе формирования социального государства в современной России: дис. на соиск. учён. степ. к. полит. н. М.: Рос.академ. гос. службы при Президенте Рос. Федерации, 2002. С. 72.

Отдельно для нашего исследования стоит сказать о том, что Церковь всегда понимала важность коммуникации, поэтому в XX веке стала активно осваивать новые коммуникационные технологии, которые позволяли охватить широкую аудиторию верующих. Так, в феврале 1931 г. было создано Радио Ватикана. В этом же году вышел первый номер старейшего журнала Русской православной церкви «Журнала Московской Патриархии». А примерно за полвека до этого вышел первый номер официальной ватиканской газеты «L'Osservatore Romano». В 2006 г. глава пресс-службы Ватикана Федерико Ломбарди подарил папе Бенедикту XVI iPod Nano. СМИ обозначили этот подарок как символ перехода Святого Престола в цифровую эру.

Рост активности Католической церкви в использовании современных информационных технологий стал явно заметен в начале XXI века, во время смены понтификов. Именно в этот период СМИ и исследователи начинают говорить о медиатизации Церкви. Основной целью использования новых технологий, созданию новых каналов коммуникации является привлечение молодёжи, установление диалога с так называемым «цифровым поколением». За несколько лет Католическое духовенство создало команду молодых людей, которые занимаются созданием видео и аудио подкастов католической тематики. Основная цель таких подкастов – создать мост между массовой культурой западного мира и католической традиционной культурой, привлечь внимание неверующей аудитории.

Сегодня Католическая церковь активно использует Интернет. У неё есть свой аккаунт в социальной сети «Facebook», в микроблоге «Twitter», на видеоблоге «YouTube» и других интернет-площадках, а также различные приложения для смартфонов. У Церкви есть свой официальный сайт «LaSantaSede», который функционирует на восьми языках (латинский, английский, итальянский, испанский, немецкий, французский, японский, португальский). На сайте представлена вся информация о деятельности Ватикана, официальные документы, послания и речи Папы, энциклики,

программы апостольских визитов. Можно подписаться на бесплатную рассылку новостей: ежедневно пресс-служба Святого Престола выпускает бюллетень с информацией о деятельности Папы и различных департаментов Ватикана. Через сайт также можно попасть в музей Ватикана и получить доступ к электронной библиотеке, фотоархивам и ресурсам всех структур Католической церкви. По гиперссылкам можно перейти на страницы официального радио Ватикана, телеканала и электронной версии газеты «L'Osservatore Romano».

Католическая церковь осознаёт необходимость медиаобразования для священнослужителей. Поэтому WeCA (ассоциация итальянских католических веб-мастеров), SICEI (служба информатики итальянской епископальной конференции) и папский совет по социальным коммуникациям проводят специальные лекции и семинары для католического духовенства. А уже в 1996 г. в Папском Университете Святого Престола был создан факультет социальных институциональных коммуникаций. Помимо основных клерикальных предметов в программу факультета входит изучение языка традиционных и новых СМИ, процесса коммуникации и её структуры, культурного контекста, в котором функционирует Церковь. Студентов обучают, как правильно вести диалог с журналистами, со СМИ: когда нужно промолчать, а когда стоит оперативно отреагировать на ситуацию. Здесь же им рассказываю о том, как организована пресс-служба и какие задачи она решает, как функционируют католические СМИ и как правильно подавать религиозные новости в прессе.

Православная церковь также активно использует медиапространство. При Церкви функционируют свои СМИ: информационное агентство «Православное образование», телекомпания «Союз», телеканал «Спас», журналы «Альфа и Омега» и «Журнал Московской Патриархии», студенческий журнал «Встреча», православный экономический вестник «Приход» и газета «Церковный вестник». Всю периодику можно найти как в печатном виде, так и в электронной версии. Церковь широко представлена в

сети Интернет. Ведутся официальные страницы РПЦ и Патриарха Кирилла в социальных сетях «ВКонтакте» и «Facebook», на видеоблоге «YouTube».

Сайт Русской православной церкви функционирует на трёх языках: русском, украинском и молдавском. На сайте представлена вся информация о деятельности Церкви, Патриарха, научные публикации, аудио и видео материалы, официальные документы, материалы соборов, информация о деятельности лидеров других конфессий. Помимо этого, у каждой митрополии существует персональный сайт, а также свои СМИ. Например, на сайте Санкт-Петербургской митрополии мы можем ознакомиться с материалами церковного вестника «Живая вода». Интересным является веб-сервис «Глобус Санкт-Петербургской епархии», на котором в соответствующих разделах можно найти информацию о всех клириках епархии, о церковных мероприятиях, о церковных учреждениях и приходах.

Активное использование церковными структурами средств массовой информации, способствовало созданию в научных кругах понятия «медиаевангелизация». Это процесс обращения Церкви к каналам массовой коммуникации и выборочное их использование. «Медиаевангелизация» является частью процесса медиатизации религии, которая направлена на распространение христианского учения, а также регулирование взаимоотношений верующих со СМИ. Так, исследователь С. Ярвард выделил две тенденции взаимодействия религии с медиа:

- секуляризация общества;
- переосвящение, появление новых святынь, создание новых смыслов сверхъестественного<sup>1</sup>.

Процесс «медиаевангелизации» экспертами оценивается неоднозначно. С одной стороны, по мнению Дж.Триденте, «медиаевангелизация» позволяет

---

<sup>1</sup>Карлов Ю. Е. Миссия в Ватикан. М.: Международные отношения, 2004. С. 94.

охватить большую аудиторию и широко распространять религиозное учение<sup>1</sup>. В то же время христианство основано на диалоге, межличностном общении, поэтому А. Торниелли отмечал, что создание веб-сайта, радио или телеканала не смогут заменить человеческого общения, близость, поддержку, дружбу<sup>2</sup>. Но стоит отметить, что результаты процесса «медиаевангелизации» искажает и сама деятельность Церкви. Ошибки коммуникации, недостаточная информационная открытость, несвоевременная реакция на негативные нападки на Церковь, понимание коммуникации лишь как процесс передачи сообщений – всё это плохо отражается на образе Церкви и священнослужителей. Именно поэтому необходимо, с одной стороны, Церкви понимать, как эффективно использовать СМИ (не только религиозные); с другой стороны – журналистам грамотно подходить к созданию материалов, посвящённых религиозной тематике.

## **ГЛАВА 2. РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ**

---

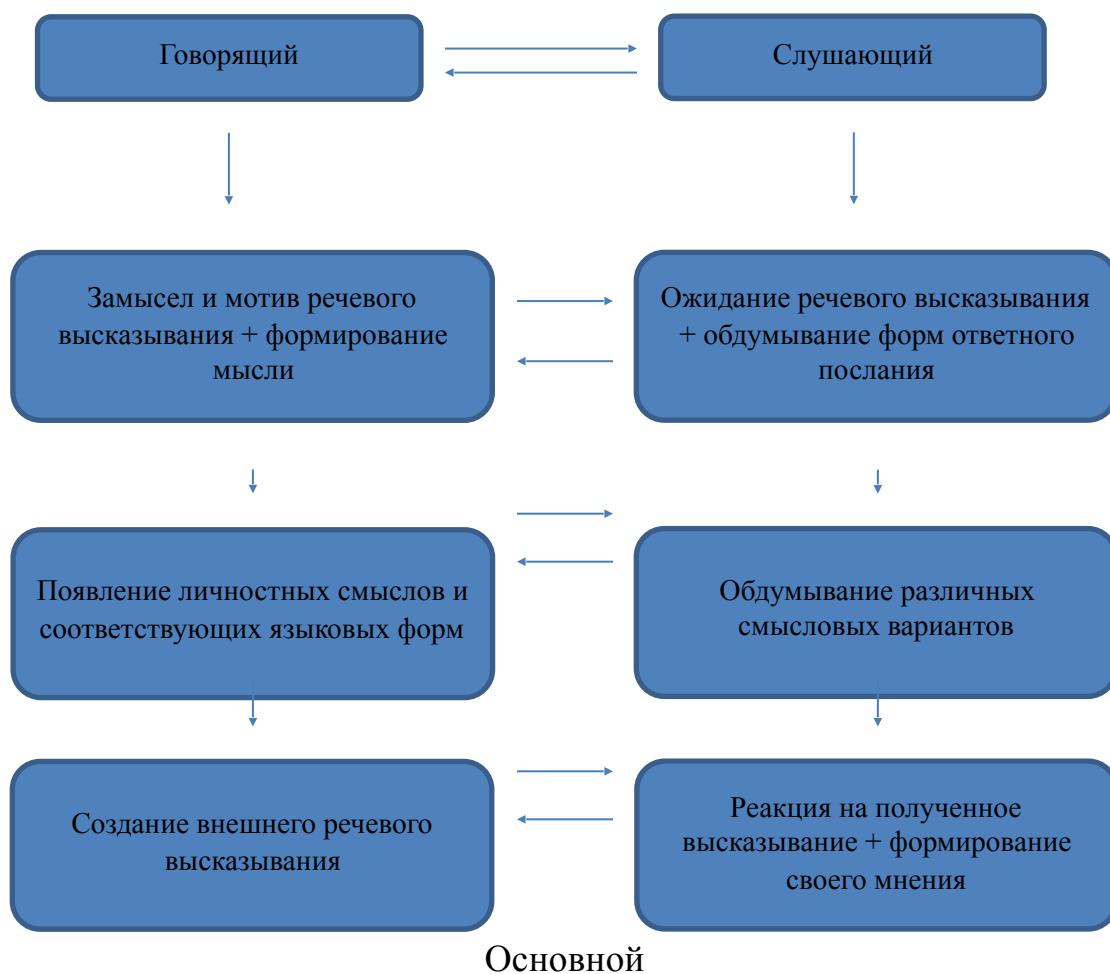
<sup>1</sup>Зонова Т. В. Дипломатия Ватикана в контексте эволюции европейской политической системы. М.: РОССПЭН, 2000. С. 143.

<sup>2</sup>Урина Н. В. Католическая концепция журналистики // Буржуазные теории журналистики. М.: Мысль, 1980. С. 211.

## 2.1. Понятие, сущность и типы речевых стратегий

Воздействие речью – одна из сторон речевого общения людей. Речевое общение представляет собой мотивированный процесс взаимодействия между несколькими участниками процесса коммуникации. Он направлен в первую очередь на реализацию той или иной целевой установки. В теории речевой коммуникации есть двухуровневая модель речевого общения, которая включает в себя коммуникативный и социологический уровни. То есть можно сказать, что общение представляет собой не просто передачу информации, но также предполагает более глубокое речевое взаимодействие, оказывает своё влияние на образ мыслей коммуникантов, на их поведение и чувства (см. рис. 8.).

Рис. 8.



целью общения является управление поведением собеседника и его деятельностью. Данную цель можно решить за счёт последовательного достижения нескольких задач. Перед тем, как начать разговор с кем-либо, необходимо привлечь к себе внимание собеседника, установить контакт с ним, установить социальные рамки взаимоотношений, провести ориентировочную деятельность и только затем непосредственно передавать необходимую информацию. Необходимо реализовать задачи, которые предшествуют передаче того или иного сообщения, к примеру, создать атмосферу доверительности, интереса к передаваемому сообщению и т.д. При этом совокупность различных действий со стороны адресата в первоначальный период общения направлена на то, чтобы привести собеседника в наиболее благоприятное состояние для восприятия сообщения и для последующего изменения поведения.

Термин *«речевое воздействие»* связан непосредственно с понятием *«речевой акт»*, который был введён Дж. Остином. Речевое воздействие успешно реализуется в речевом акте. При этом речевой акт Дж. Остин подразделяет на 3 разных этапа:

- > локуция (говорение);
- > иллокуция (коммуникативное речевое действие);
- > перлокуция (речевое воздействие или речедействующий эффект, который производится говорящим на мысли, чувства, действия собеседника)<sup>1</sup>.

Любой из речевых актов, начинаясь с ориентировочно-исследовательской деятельности субъектов этого акта, проходит в условиях контроля выбора и реализации тех или иных средств общения. Средства общения – сигналы, включенные в процесс общения двух и более людей. Важно, чтобы средства общения были восприняты и поняты однозначно со стороны адресата в соответствии с интенцией говорящего человека. Средства

---

<sup>1</sup> Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук Ваклер, 2006. С.147.

общения людей, с точки зрения интенциональности подразделяют на коммуникативные (которые воспринимаются и понимаются адресатом в относительном соответствии с замыслом со стороны адресанта) и информативные (которые считываются помимо желания самого адресата). При этом коммуникативные средства рассчитаны на оказание воздействия. К подобным средствам общения можно отнести понимаемые однозначно речевые сигналы, к примеру, оценочные высказывания наподобие «*плохо-хорошо*» и т.п. Информативные средства представляют собой в первую очередь сигналы внутриличностного общения, когда адресат меняет поведение, неосознанно учитывая считанную им информацию.

Феномен речевого воздействия в первую очередь связан с целевой установкой говорящего (субъекта речевого воздействия). Являться субъектом речевого воздействия – означает регулировать деятельность собеседника.

Таб. 2.

Тип речевого воздействия	Характеристика типа
Социальное	Воздействие в таких ситуациях, когда не происходит передачи информации как таковой, но при этом есть те или иные социальные акты.
Информирование	Доклад, объяснение, сообщение.
Эмоциональное	Связано с общественными, установленными объективно морально-правовыми отношениями.
Волеизъявление	Речевые действия, которые направлены на то, чтоб объект выполнил волю говорящего человека: приказ, просьба, совет .



Оценочное

Связано с областью межличностных субъективно-эмоциональных отношений (это похвала, порицание, обвинение).

Также Г. Г. Почепцов рассматривает речевое воздействие в аспекте анализа реакции со стороны адресата: изменение адресатом своего отношения к чему-либо, изменение для субъекта коннотативного значения; формирование определенного эмоционального настроения адресата; перестройка категориальной структуры индивидуального сознания, введение в нее тех или иных новых категорий<sup>1</sup>.

Понимание сущности речевого воздействия как управления восприятием, как контроля за структурами сознания адресата в любом случае требует решения вопроса о способах его осуществления. Р. Блакар рассматривает разновидности инструментов власти, которые есть в распоряжении субъекта речевого воздействия. Это выбор тех или иных слов и выражений, который позволяет выразить собственное отношение к референту. Отмечается структурирующий эффект грамматической формы, влияние суперсегментных и композиционных характеристик того или иного высказывания<sup>2</sup>.

Понятия коммуникативной тактики и стратегии – далеко не открытие последнего десятилетия. Но употребление терминов с середины 80-х гг., которое отразило усиление прагматического подхода к анализу языковых фактов, в итоге требует достаточной четкости при определении предпосылок для изучения языкового феномена. Исследователями выделяются несколько

<sup>1</sup> Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. С.121.

<sup>2</sup> Блакар Р. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. СПб.: Питер, 2011. С. 102.

разных предпосылок: коммуникативные, когнитивные, лингвистические и риторические<sup>1</sup>.

К числу коммуникативных предпосылок относят то, что при оказании речевого воздействия все участники придерживаются, по возможности, правил кооперации, стремясь по максимуму продвигаться в плане речевого взаимодействия. Меж тем реальность речевого общения убеждает нас в некоторой иллюзорности таких предпосылок: люди стремятся к оказанию воздействия на собеседника, они стремятся навязать ему собственное мнение, скрыть нежелательные факты.

Другая коммуникативная предпосылка – это то, что речевое поведение является вариативным – в том смысле, что решение коммуникативных задач допускает одновременно несколько различных способов. Участники диалога корректируют собственные действия в зависимости от ситуации, преследуя при этом свою цель.

Исследования, выделяя когнитивные предпосылки, показывают, что в любом из актов речевого общения коммуниканты преследуют те или иные неречевые цели, способные в конечном итоге оказать своё влияние на сознание и деятельность реципиента. С этой точки зрения речевые стратегии представляют собой совокупность процедур над моделями мира разных участников определенной ситуации общения.

Лингвистические основания различных речевых стратегий находятся в области языкового варьирования. Выбор того или иного варианта в подавляющем большинстве случаев неслучаен и определяется тактической, либо стратегической задачей.

Проблема эффективности речевой коммуникации оказывает определенное влияние на речевое планирование. Это в итоге находит своё отражение в наличии ряда тактических приёмов, целью которых является

---

<sup>1</sup> Там же. С. 121.

оптимизация речевого воздействия на собеседника. Это определяют в качестве риторических предпосылок.

Стратегия речевого поведения охватывает сферу построения коммуникации, когда целью оказывается достижение определенных результатов на достаточно длительное время. В общем смысле речевая стратегия включает планирование речевой коммуникации с учётом тех или иных условий общения и личностей, участвующих в коммуникации, и последующую реализацию такого плана. Речевая стратегия представляет собой комплекс речевых действий, которые направлены на последующее достижение определенной коммуникативной цели.

Понятие стратегии существует далеко не только в лингвистике. В основе лексического значения понятия стратегия – идея планирования действий, которые связаны с социальным противоборством, конфронтацией. Два типа целей для классификации речевых стратегий:

- необходимость приспособиться к ситуации;
- желание быть максимально эффективным.

В исследованиях речевого общения в качестве отологической предпосылки содержится мысль о несамостоятельности речи, её подчинения целям той или иной деятельности. В соответствии с ней в ходе речевого общения участники коммуникационного процесса, осуществляют совместную деятельность, регулируя поведение друг друга. И речевое общение представляет собой целенаправленную активность людей, то есть у каждого из совершенных действий есть собственная цель.

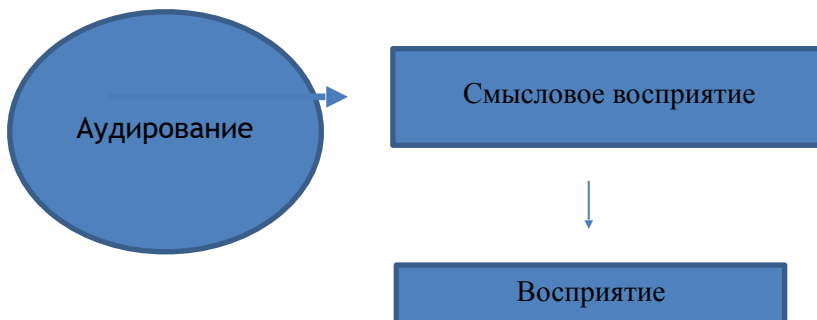
Мотивация речевой стратегии определяется конкретной установкой личности. Это в итоге находит своё отражение в оценке ситуации. Говорящий в ходе диалога постоянно производит оценку изменяющейся ситуации и в случае необходимости проводит корректировку своих речевых действий.

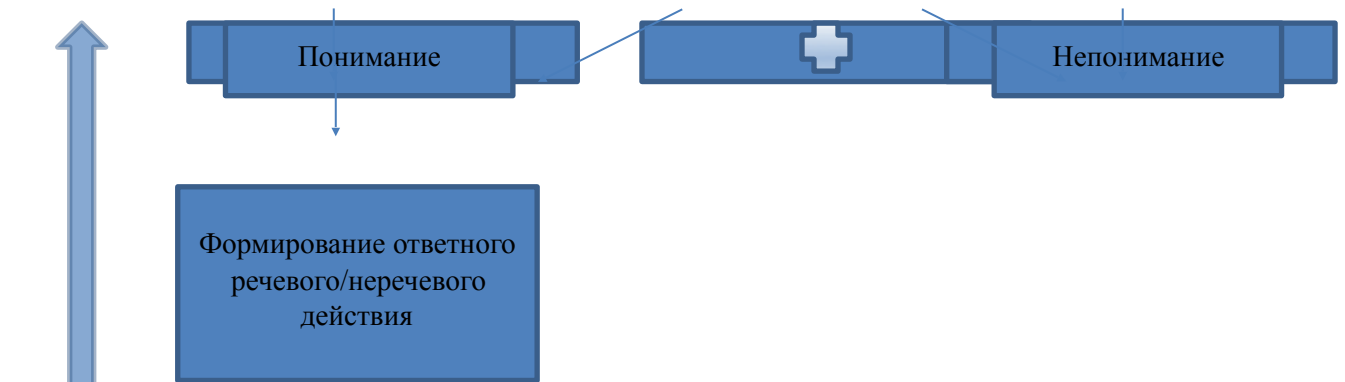
Осознание мотивов связано с рефлексией поведения и требует навыков психологического анализа. Осознание потребностей проще, хотя при

импульсивном поведении с этим дело обстоит сложнее. Речевыми стратегиями управлять могут те или иные установки субъекта, а также его система убеждений и ценностей. Необходимо отметить, что эффективность речевых стратегий определяется результатами социального взаимодействия, вне зависимости от того, является ли тот или иной результат преднамеренным, планируемым осознанно.

Однозначное прочтение тех или иных речевых действий задается речевой стратегией, в которой реализацию получают те или иные установки личности. Последовательность совершаемых речевых действий мотивируется планом, либо установкой. На структуру речевых стратегий также оказывают своё влияние системы убеждений, ценностей, конвенций, социальных норм. Следовательно, мотивация стратегии, выбор подходящего пути достижения цели зависит в том числе от конкретных установок личности. Это находит свое выражение в оценке складывающейся ситуации. В ходе диалога говорящий оценивает постоянно изменяющуюся ситуацию и производит корректировку своих речевых действий (см. рис. 9.).

*Рис. 9.*





Наличие той или иной коммуникативной цели как конституирующего признака объединяет речевые стратегии и речевые акты. Обнажение или же скрытие коммуникативного намерения находит своё отражение в разнообразных тактиках в речи (к примеру, в откровенности, в применении дипломатического языка, либо в применении тех или иных нечестных приемов полемики и в других манипуляциях). Цели речевых стратегий при этом являются обычно довольно долгосрочными. Они рассчитаны на достижение итоговых результатов. А цели речевых актов ограничиваются конкретными коммуникативными ситуациями. В речевых актах, в отличие от стратегий, имеется только одна цель, четко определенная<sup>1</sup>.

Стратегия представляет собой некоторую последовательность действий, которые организованы определенным образом в зависимости от конкретных целей взаимодействия. В ходе коммуникации может быть несколько разных способов достичь цели. И они могут между собой конкурировать. Чаще всего наблюдается конфликт между стратегиями искренности («хочу быть честным») и самопрезентации («мне нужно производить хорошее впечатление»). Совместить эти цели непросто и поэтому стратегии должны быть достаточно гибкими.

Стратегии основываются на интерпретации – именно она находится в основе речевого воздействия. Речевые стратегии – способы речевого поведения, которые осуществляются под контролем того или иного

<sup>1</sup> Васильев Л. М. Современная лингвистическая семантика. М.: Высшая школа, 1990. С. 123.

глобального намерения. Речевые стратегии определяют стилистический, семантический, прагматический выбор говорящего человека<sup>1</sup>.

В зависимости от глобальности намерений стратегии речи могут характеризовать тот или иной разговор наличием конкретных целей. Они могут быть и более общими, направленными на достижение общих социальных целей. По этой причине разграничивают частные и общие стратегии. К примеру, общая стратегия дискредитации успешно реализуется за счет частных стратегий обвинения, насмешки, оскорбления.

Классификация общих стратегий коммуникации зависит от выбранного основания. С функциональной точки зрения выделяют основные стратегии и вспомогательные<sup>2</sup> (см. таб. 3.).

Таб. 3.

Основная стратегия	Вспомогательная стратегия
Стратегия, которая на данном этапе коммуникативного воздействия наиболее значима с точки зрения иерархии целей и мотивов. В большинстве случаев к основным стратегиям относят те из них, которые связаны непосредственно с оказанием воздействия на адресата, на его систему ценностей, его модель мира, поведение.	Помогает в наиболее эффективной организации диалогового взаимодействия, позволяют оптимально воздействовать на адресата. Стратегически значимыми являются любые компоненты коммуникативной ситуации: автор, адресат, определенный канал связи, а также коммуникативный контекст.

Особый тип стратегических планов представляют риторические стратегии, в рамках которых используют разные приемы ораторского искусства и риторические техники оказания на адресата эффективного воздействия.

<sup>1</sup> Арутюнова Н. Д. Аномалия и язык: К проблеме языковой картины мира // *Вопр. Языкознания*. №3. М.: Наука, 1987. С. 152.

<sup>2</sup> Иссерс О. С. *Коммуникативные стратегии и тактики русской речи*. М.: УРСС, 2008. С.97.

В соответствии с задачами контроля организации диалога можно использовать диалоговые стратегии. Их используют для мониторинга темы, инициативы, степени понимания в ходе общения.

Среди семантических стратегий можно назвать стратегию дискредитации. Разграничение на «чужих» и «своих», создание образа «мы-группы» посредством очернения противника – часто используемый способ. Для обозначения этих действий применяют такие слова, как издеваться, оскорбить, обидеть, насмехаться, обвинять. Все эти слова объединяет выражение отрицательной оценки. Успех стратегии дискредитации оценивается по итоговым результатам речевого воздействия. Традиционное средство реализации данной задачи состоит в использовании метафор, в т. ч. развернутых метафорических образов.

Таким образом, к вспомогательным относят семантические, прагматические, риторические и диалоговые стратегии<sup>1</sup>.

Творческая реализация речевых стратегий допускает разные способы их осуществления. Их можно по-разному комбинировать в зависимости от ситуации, или же один из них используется в качестве ведущего, а остальные привлекают по мере необходимости. Если речевую стратегию понимать в виде совокупности речевых действий, которые направлены на решение коммуникативной задачи, то речевая тактика – это одно, либо несколько действий, способствующих практической реализации заданной стратегии. Стратегический замысел определяет выбор конкретных приемов и средств его реализации, и речевая стратегия и тактика связаны между собой как род и вид.

Речевая тактика может включать одно или несколько разных высказываний. Говорящий может контролировать успешность или неудачливость конкретных речевых актов на отдельных этапах диалога и корректировать речевые действия. При этом важно иметь в виду, что

---

<sup>1</sup> Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. С.101.

спецификой речевых стратегий и речевых тактик является комплексность применения языковых средств для достижения той или иной коммуникативной цели.

Каждая из применяемых тактик направлена на те или иные аспекты модели мира адресата, его психического мира. В качестве инструмента реализации тактики используются коммуникативные приемы более низкого порядка, называемые коммуникативные ходы. Понятие коммуникативных ходов активно применяется в прагматике, но исследователи вкладывают в данный термин разное содержание. Например, В. И. Карасик понимает коммуникативный ход как синтагматически определенный элемент речевых актов<sup>1</sup>.

Ван Дейком речевой ход определяется как функциональная единица последовательности действий, способствующая решению глобальной, либо локальной задачи под контролем стратегии<sup>2</sup>. Хотя участник речевого взаимодействия не может спрогнозировать разные этапы диалога, общей стратегией определяется, какой ход он сможет совершить в нужных ситуациях. Следовательно, функциональная роль каждого из речевых ходов в рамках общей стратегии, по утверждению ван Дейка, определяется относительно предшествующего хода и предполагаемого хода<sup>3</sup>.

Маркерами речевой тактики могут быть особенности референции:

- обозначение участвующих в коммуникации;
- обозначение объектов, действий, событий, тех или иных характеристик коммуникативной ситуации и отношений между ее участниками.

---

<sup>1</sup> Карасик В. И. Язык социального статуса. М.: Гнозис, 1992. С. 186.

<sup>2</sup> Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация. Благовещ.: БГК, 2000. С. 138.

<sup>3</sup> Там же. С. 142.



К примеру, в речевых тактиках лести, похвалы, комплимента используют прием «повышения» адресата. Что касается тактик обвинения, оскорбления, то в них происходит «игра на понижение». Показателями речевых тактик могут быть имплицитные компоненты высказывания.

На уровне лексической семантики наиболее убедительное доказательство стратегического замысла выражено в выборе конкретных слов. Этот выбор связан с используемыми концептами и с возможными референтами. Сигнализация о коммуникативной задаче может быть осуществлена с помощью эксплицитного употребления перформативов или метаописания коммуникативного намерения<sup>1</sup>. Стилистические параметры слов также являются своеобразными индикаторами коммуникативного намерения. Абсолютное стилистическое значение слов и типизированное коннотативное их значение позволяют определить эмоциональную их окраску. Она рассматривается в основных категориях речевого воздействия: «добро – зло», «удовлетворительно – неудовлетворительно», «приемлемо – неприемлемо». Таким образом, стилистические параметры свидетельствуют о той или иной ценностной ориентации говорящего и способны воздействовать на определенные установки слушающего. Это в итоге позволяет идентифицировать коммуникативную задачу речевого действия.

Для дальнейшего исследования мы выделим речевые стратегии, характерные для политической коммуникации религиозного лидера. Сразу же отметим то, что они подчиняются единой цели общения – приобщению к вере, призыву к покаянию и религиозному послушанию, выражению различных насущных чаяний и надежд человека на будущее существование. Есть своеобразная иерархия стратегий, среди которых выделяется основная, а также стратегии, выполняющие вспомогательные роли. Семантическая стратегия обычно является ведущей, основной. Диалоговая, прагматическая, риторическая стратегии при этом являются вспомогательными. Применимо к

---

<sup>1</sup>Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России. Саратов.: Изд-во Саратовского гос. ун-та., 2005. С. 94.

религиозному дискурсу, можно выделить три разных группы стратегий, которые дальше мы будем определять как выделяющие, организующие, объединяющие<sup>1</sup> (см. таб. 4.).

Таб. 4.

<b>Выделяющие стратегии</b>	<b>Организующие стратегии</b>	<b>Объединяющие стратегии</b>
С в о й с т в е н н ы определенному типу дискурса. Они задают его специфику и выделяют его среди других типов общения.	П р и с у щ и л ю б ы м д и с к у р с а м к а к ф е н о м е н а м о б щ е н и я, в н е з а в и с и м о с т и о т т о н а л ь н о с т и и т и п а к о м м у н и к а ц и и, а т а к ж е в н е з а в и с и м о с т и o т х а р а к т е р а в з а и м о о т н о ш е н и й к о м м у н и к а н т о в.	Я в л я ю т с я о б щ и м и д л я р е л и г и о з н о г о д и с к у р с а с п р о ч и м и т и п а м и o б щ е н и я, н о д е м о н с т р и р у ю т в д а н н о м т и п е к о м м у н и к а ц и и н е к о т о р ы е с в о е о б р а з н ы е ч е р т ы и o с о б е н н о с т и.

К организующим относятся собственно организующая и коммуникативная стратегии (см. таб. 5.).

Таб. 5.

<b>Организующая стратегия</b>	<b>Коммуникативная стратегия</b>
-------------------------------	----------------------------------

<sup>1</sup> Мечковская Н. Б. Язык и религия. М.: Агенство «ФАИР»., 1998. С. 146.

<p>Суть стратегии заключается в осуществлении участниками совместных действий, направленных на организацию процесса коммуникации, моделирование, конструирование коммуникативного пространства. Данный тип стратегии характерен для всех видов дискурсов, однако в религиозной риторике она приобретает свои особенности. Нагрузка ложится только на одного участника коммуникационного процесса – священнослужителя. Он задаёт определённый тон этому процессу. К такому виду стратегий обычно относят молитвенные призывы, божественные разрешения и запреты.</p>	<p>Главная цель – создание успешной коммуникации людей. Основные приемы, использующие в данной стратегии – это реплики-призывы (которые чётко определяют поведение людей и устанавливают духовную связь с Богом) и контактоустанавливающие вопросы. Такие вопросы используются для того, чтобы адресат смог задуматься о проблемах и попытаться найти пути их решения.</p>
---	--

К выделяющим стратегиям относят стратегии, которые являются характерными только для данного типа дискурса (см. таб. 6.).

*Таб. 6.*

**Исповедальная**

Связана с молитвенной стратегией, но имеет другой вектор развития. Люди не обращаются к Богу за защитой, но обличают самих себя в своих грехах, мыслях и преступлениях, кои они сами считают греховными. Человек показывает свою способность мыслить и анализировать, он подвергает разбору свои поступки и решения, и сам выделяет те, которые могут быть неуютны Богу, идут вразрез с его учениями. Таким образом человек играет сразу две различных роли: субъекта действия и субъекта, который дает своим действиям ту или иную оценку.

**Молитвенная**

Можно охарактеризовать как искреннее обращение верующего к Богу посредством молитвы. Данная стратегия является основной, ведущей в различных образцах религиозного дискурса.

Цели и задачи:

- объединение людей в вере;
- помощь и поддержка в борьбе с различными жизненными трудностями;
- ответ на сакральные вопросы бытия.

**Обрядовая**

Имеет невербальное воплощение, но все равно является важна для коммуникации. Любое религиозное действие – это обряд. Наличие большого количества ритуалов – отличительная черта именно религиозного дискурса. Религия – набор священных текстов в сочетании с системой ритуалов, образцов поведения и ритуальных изречений.

Три семиотические системы:

- система ритуалов;
- язык определенного народа;
- культура.

Каждая система имеет уникальное содержание и собственный способ хранения и передачи информации последователям. Жесты первичны; слова закрепляют их значения. Порой языковая составляющая не обязательна.

На обрядовой стратегии основывается религиозное общение, она является движущим механизмом в любом религиозном действе.

Одним из наиболее широких классов речевых стратегий для религиозного лидера является применение в своей практике объясняющих стратегий. К их числу относят оценивающую, объясняющую, контролирующую, утверждающую, призывающую стратегии<sup>1</sup> (см. таб. 7.).

*Таб. 7.*

<sup>1</sup>Бобырева Е. В. Религиозный дискурс: ценности, жанры, языковые характеристики. Волгоград.: Перемена., 2007. С. 216.

**Оценивающая**

Данная стратегия является естественной и ведущей для религиозного дискурса, основной целью которого является формирование у людей определенной системы ценностей, верований и убеждений. Этот тип стратегии заключается в совершении оценки определенных явлений, фактов, событий, определении общественной их значимости, что является отражением религиозного дискурса, который носит оценочный характер.

**Объясняющая**

Определенная последовательность интенций, ориентированных на донесение до людей информации, мнений и знаний о мире, о религии и вере. Эта стратегия чаще всего строится согласно схеме «причина - следствие» («если ..., то»), т.е. человеку разъясняются возможные последствия его решений и поступков.

**Контролирующая**

Представляет собой сложную интенцию, направленную на получение информации об усвоении знаний, о сформированности определенных умений и навыков. Эта стратегия предполагает осуществление прямого контакта с адресатом. Чаще всего свое прямой воплощение данная стратегия находит в проповеди, по ходу которой проповедник имеет возможность при помощи вопросов, утверждений, требующих реакции, проконтролировать степень понимания адресатом сказанного.

<b>Утверждающая</b>	Установление, утверждение различных непреложных истин, аксиом, составляющих основу религиозного учения. Используется в первую очередь в текстах Священного Писания. Задает специфику религиозного дискурса (наравне с выделяющимися стратегиями).
<b>Призывающая</b>	Реализуется в виде церковных служб. Пример: священнослужитель обращается к своей пастве со словами «Миром Господу помолимся!», что является катализатором для коллективной молитвы. В текстах проповеди данная стратегия также может быть реализована посредством ключевых слов и слов-маркеров («Слушайте, братья и сестры!»). Главная цель религиозного дискурса – приобщение к вере в Бога, к соблюдению особых норм. Таким образом, призывающая стратегия – одна из основных в речевой деятельности религиозного лидера.

Религиозному дискурсу в целом характерны многие стратегии. Далее в нашей работе мы проверим, какие из вышеперечисленных стратегий свойственны политической коммуникации современных христианских лидеров – Патриарха Кирилла и Папы Франциска.

## 2.2. Языковая личность как носитель речевых стратегий

Один из основных существующих сейчас феноменов в сфере лингвистики – это феномен языковой личности, который приобретает категориальный статус в науке. С 90-х гг. XX века понятие «языковой

личности» – стержневое системообразующее понятие в филологии. Большинство исследователей сейчас оценивают его как интегративное, служащее началом совершенно нового этапа в развитии языкознания антрополингвистики. Термин имеет синтезирующий характер и изучается разными дисциплинами. Для изучения этого феномена интегрируются различные гуманитарные науки, а внутри лингвистики – разные её области.

Перед тем как давать определение понятию «языковая личность», нужно понять, как наукой трактуется «личность» в целом. В психологии личность определяют как относительно стабильную организацию мотивационных предрасположений, которые появляются у неё в ходе деятельности из взаимодействия между биологическими побуждениями и физическим и социальным окружением, условиями существования. В повседневном понимании личность определяется как индивид со своим определенным стилем или характерный для данного человека способ реагирования на появляющиеся жизненные проблемы. В итоге получается, что по определению, а также по сложившейся исследовательской практике при изучении личности в психологии в центре внимания исследователей – именно некогнитивные аспекты человека (воля, эмоциональные характеристики и т. д.). Некоторая доминанта, которая определяется национально-культурными традициями и господствующей идеологией в обществе существует, и она обуславливает возможность выделения в языковой картине мира общезначимой составляющей. Эта составляющая может расцениваться как аналог или коррелятор базового понятия личности, существующего в социальной психологии. При этом учитывается структура личности (её чувства, установки, тенденции), общая для всех в обществе и формирующаяся под влиянием социальной, семейной, воспитательной среды.

Термин «языковая личность» сейчас пока что только появляется в лингвистических справочниках. Следует отметить, что в научных исследованиях нет какой-то единой его трактовки.



Если обратиться к истокам употребления данного словосочетания, то практически одновременно появляется оно в 30-х гг. XX века в работах В. В. Виноградова и Й. Л. Вайсгербера. Й. Л. Вайсгербер в книге «Родной язык и формирование духа» написал, что язык представляет наиболее всеобщее из всех культурных достояний. Никто не владеет языком только благодаря своей языковой личности. Напротив, владение языком вырастает на основании принадлежности человека к языковому сообществу. В российской науке упоминание о языковой личности встречается впервые в работе В.В. Виноградова «О художественной прозе». Он считает, что лингвистика речи может изучать различные приемы и формы индивидуальных отклонений от языковой системы коллектива и их воздействие на эту систему, их своеобразие, их своеобразие, вскрывающее творческую природу речи<sup>1</sup>. Но этот путь пересекается с другим путем, когда изучение личностного говорения оторвано от аналогий с социальной лингвистикой и стремится к раскрытию структурных форм словесного творчества личности в имманентном плане. Социальное в таком случае ищется в личностном посредством раскрытия структурных оболочек языковой личности.

Виноградов в работе 1927 года в связи с исследованием системы речи в литературных произведениях сделал основной упор на языковую личность. Он написал, что проблемы изучения разных типов монологов в художественной прозе находятся в непосредственной связи с вопросом, касающимся «приемов конструирования художественно-языкового сознания»<sup>2</sup>, образа пишущего лица в литературе.

Изучение языковой личности в российской лингвистике связано с Ю. Н. Карауловым. Им понимается под языковой личностью совокупность характеристик и способностей человека, которые обуславливают создание им различных речевых произведений, т. е. текстов<sup>3</sup>. Рассматриваемое понятие

---

<sup>1</sup>Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России. С. 123.

<sup>2</sup>Там же. С. 124.

<sup>3</sup>Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: ЛИБРОКОМ, 2014. С. 59.

вполне допускает двойственную интерпретацию. Она может быть динамической и статической. Отличие в том, понимается ли индивид как личность, т.е. субъект социальных отношений, обладающая неповторимыми качествами. Для некоторых ситуаций важны лишь некоторые свойства личности, связанные, к примеру, с выполнением ею той или иной социальной роли. Также личность может на определенном этапе восприниматься как ещё не личность, а индивид. Он при этом не имеет каких-либо отличительных социально-обусловленных характеристик. Языковую личность Караулов проанализировал в трёх различных аспектах. К примеру, это психолингвистический аспект (то есть с точки зрения механизмов порождения и восприятия речи). Также это лингводидактический аспект. В этом случае языковую личность можно рассматривать в виде многослойного и состоящего из множества компонентов набора языковых способностей, умений, готовности к осуществлению те или иных речевых поступков различной сложности. Кроме того, языковая личность может рассматриваться в аспекте её проявления в ораторской речи и художественной литературе. Модель языковой личности, которая была предложена Карауловым, учитывает соотношение интеллекта, языка и действительности. Данная модель языковой личности имеет в своей структуре три разных уровня:

- вербально-семантический, который предполагает определённую степень владения обыденным языком;
- тезаурусный, который связан с понятиями, концептами, идеями, складывающимися в систематизированную картину мира. Этот уровень представляет собой интеллектуальную сферу личности. Исследователь определяет её посредством языка, через процессы говорения и понимания этот уровень обеспечивает получение знания, формирование сознания;
- мотивационный, который включает установки, цели, мотивы, интенции развития и поведения человека. Они управляют

дискурсивной деятельностью личности и отражают иерархию ценностей и смыслов в языковой модели мира<sup>1</sup>.

Г. И. Богин был одним из самых первых, кто в начале 80х гг. в прошлом веке ввёл в научную терминологию понятие «языковой личности» и предложил собственную модель языковой личности. Г. И. Богин представил результат и описал процесс развития языковой личности. Это сделано им в диссертации «Модель языковой личности в её отношении к разновидностям текстов». Им был выделен текст, который воспринимается и создается индивидом, в качестве основной характеристики языковой личности. Учёным классифицируется языковая личность так: это субъект речевой деятельности, которого можно определить, как носителя готовности создавать и принимать различные произведения речи (то есть тексты). В его дефиниции определяется перспектива развития языковой личности в интеллектуальном поле деятельности, так как человек в онтогенезе уже получает свой первый опыт создания текстов, а также восприятия и понимания чужих текстов. Г. И. Богин дал интерпретацию языковой личности как субъекта речевой деятельности, полноправного участника коммуникации, который имеет определенную систему филологических знаний, и она позволяет ему кодировать, а также декодировать тексты разной информационной насыщенности и языкового воплощения<sup>2</sup>. Богин в своём исследовании исходит из того, что языковая личность развивается закономерно от одного уровня готовности своего действия с речевым произведением к другому.

Исследователь подчеркнул, что языковую личность можно изучать лишь в её взаимодействии с внешней социальной средой, стимулирующей развитие и формирующей готовность к саморазвитию языковой личности, к познанию и развитию у себя способностей. В лингвистике Богин – один из первых, кем социум считался мощным фактором, который способен оказать

---

<sup>1</sup>Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. С. 61.

<sup>2</sup>Богин Г. И. Концепция языковой личности. М.: Едиториал, 1982. С. 49.

заметное влияние на создание языковой личности, в т. ч. посредством текстов. Согласно ему, языковую личность можно трактовать как «коллективную языковую личность», а также в качестве «индивидуальной языковой личности»<sup>1</sup>.

Согласно мнению А. М. Шахнаровича, языковая способность – это человеческое приобретение, которое человек получил в процессе эволюции. Эта способность служит фундаментальным отличием человека от высших животных. Эта способность – своего рода способ хранения языка в сознании человека и вместе с тем – это способ реализации отраженных сознанием элементов системы языка<sup>2</sup>. Это функциональная система, её составляющие включают определенные правила прескрипторного типа. По ним происходит выбор средств, которые нужны для того, чтобы можно было решить коммуникативную задачу.

Л. Б. Никитина представила ещё одну из особенностей языковой личности в рамках исследования образа человека в русской языковой картине мира. Эта особенность языковой личности заключается в способности её сознательно оказывать влияние на собственный образ, выражая собственные мысли, оценки, чувства в рамках традиций, правил, стереотипов, которые типичны для окружения личности. Личность при этом может осознавать себя и как субъекта, и как объект в языковой концептуализации.

Двойственность проявления этно- и социокультурных, а также индивидуальных свойств личности наблюдается в концепции, созданной В. И. Карасиком. Он под языковой личностью понимает личность коммуникативную<sup>3</sup>. Для него это обобщенный образ носителя коммуникативно-деятельностных и культурно-языковых ценностей, установок, знаний, а также поведенческих реакций.

---

<sup>1</sup>Там же. С. 64.

<sup>2</sup>Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России. С. 156.

<sup>3</sup> Карасик В. И. Язык социального статуса. М.: Гнозис, 1992. С. 112.

К.Ф. Седов и некоторые другие из исследователей полагают, что сознание говорящих организовано посредством жанровых фреймов и статусно-ролевых сценариев поведения. И важно то, что речеповеденческие модели создаются на стыке индивидуального и социально-культурного опыта личности. Личность получает знания о стандартных речевых ситуациях, о способах своего поведения в них. Они внедряются в сознание в ходе социализации, посредством активного личного освоения национальных традиций. А так как личность – это характеризуется индивидуальностью, она становится в итоге носителем уникального социокультурного опыта, и это оказывает влияние на речевую деятельность.

Введение человеческого фактора, обращение к феномену человека, а также языковой личности не означает в итоге выхода за рамки привычного круга идей и ломки парадигмы о языке, существующей в научном знании. Необходимо учитывать два соображения. Первое из них заключается в том, что историческое движение познающей мысли вело исследователей к включению в круг идей языковой личности. Это касается идей в области философии языка и теоретического языкознания. В ходе развития научных представлений о языке с течением времени, в результате формирования современной лингвистической парадигмы мысль исследователей уже в донаучную эпоху выявила и подвергла в итоге спекулятивному обсуждению все 4 фундаментальных свойства языка. Но в «донаучной» эпохе рассуждения о языке выстраивались на умозрительной основе, и при этом никак не опирались на регулярную исследовательскую практику. Они не соотносились с конкретно-аналитическими данными. XVIII век был «преднаучным» в ходе развития лингвистической мысли. Он был богат наличием словарей и грамматиками, которые позволяли делать первые выводы о родственных языках. Тогда можно было обнаружить несистематизированные, высказываемые как отдельные озарения, идеи историзма, психологизма, социальности, системности языка. Осознание социальной основы языка появляется из представлений, что слово дано человеку, чтобы можно было

сообщить свои мысли. Язык необходим людям, чтобы общество могло развиваться в одном направлении. Без языка общество нормально развиваться не сможет.

Развитие языкознания можно охарактеризовать и по-другому - как расширение комплексного и междисциплинарного характера проводимых лингвистических исследований. Также это можно назвать как автономизацию психолингвистической отрасли, постепенное превращение психолингвистики в равноправную науку о человеке. К необходимости изучать языковую личность как целостный феномен, как фактор, которые интегрирует разрозненные интересы и результаты исследований, приходят специалисты в различных областях, и в первую очередь таких, где были получены существенные для того или иного этапа итоговые результаты. Движение в направлении к языковой личности проявляется в растущем интересе специалистов в области психолингвистики к языку детей, к устройству лексикона человека. Также исследователям интересно изучение некоторых иных объектов в области психолингвистики. К концентрированию интереса исследования на языковой личности в настоящее время также движется лингводидактика, которой мы обязаны появлением самого этого понятия на лингвистическом горизонте.

Необходимо отметить то, что формирование языковой личности подчинено 3 разным факторам влияния. Это социальный фактор, а также психологический и национально-культурный факторы. Личность представляет собой результат сочетания социальных закономерностей. Также она представляет собой продукт исторического развития того или иного этноса. Ее мотивации появляются в результате приспособления биологических побуждений, а также физических и социальных условий к психологической сфере. Эти факторы обусловили реальное речевое поведение отдельно взятых носителей языка. Так как любая ситуация, в которой оказывается говорящий человек, является, в первую очередь, социальной, со своими законами и нормами, которые регламентированы

обществом, со стандартами поведения, языковая личность должна в любом случае соотносить собственные речевые поступки и существующие коммуникативные условия, в противном случае её речевое поведение будет расцениваться в качестве неуместного или ненормативного.

Качественная характеристика языковой личности – коммуникативная компетенция, т. е. система речевых и языковых знаний, навыков, умений личности, которые позволяют производить оценку степени её владения языком). Л. П. Крысин выделили 4 разные уровня коммуникативной компетенции:

- лингвистический, заключающийся в умении выразить разными способами и средствами нужный смысл и извлекать смысл сказанного; в умении отличать правильные от неправильных в языковом отношении высказываний;
- национально-культурный – владение обусловленной национально спецификой практического применения языковых средств;
- энциклопедический, который определяется знаниями конкретных реалий во внеязыковой действительности;
- ситуативный, который включает умение применять свои знания и способности с учетом коммуникативной ситуации<sup>1</sup>.

Типология языковых личностей может быть построена на разных основаниях. С позиции этнокультурной лингвистики выделяют базовую и маргинальную культуры для того или иного общества. Здесь существует оппозиция «свой – чужой». В ходе межкультурного общения релевантна дифференциация чужих по признаку естественности общения. Условно разграничивают следующие языковые личности:

- 1) человек, общение на родном языке для которого естественно в коммуникативной среде;

---

<sup>1</sup>Васильев Л. М. Современная лингвистическая семантика. М.: Высшая школа, 1990. С. 119.

2) человек, для которого естественно общение на чужом языке в рамках его коммуникативной среды. (например, эмигранты или люди, проживающих в течение довольно долгого периода времени в другой стране);

3) человек, говорящий на чужом языке в учебных целях<sup>1</sup>.

Интересной является концепция К. Ф. Седова. Он выделил 3 разные типы языковой личности — это куртуазный, рационально-эвристический и инвективный типы личности<sup>2</sup>:

- инвективный тип – у таких личностей в процессе речевого поведения коммуникативные проявления являются как бы своего рода отражением эмоционально-биологических реалий. Позитивные и негативные эмоции проявляет в непосредственной форме, в связи с чем для речи её свойственна эмоционально-экспрессивная оценочная лексика;
- куртуазный тип – его речевому поведению свойствен высокий уровень семиотичности, тяга к этикетизации речи;
- рационально-эвристический тип – в этом случае речевое поведение языковой личности опирается в первую очередь на рассудок, здравомыслие. Оценочные суждения выражаются в рассудочной форме.

С точки зрения особенностей языковой коммуникации, уровней её, форм, различных коммуникативных ролей и предпочтений участников общения, их психологических установок, установок коммуникации принято выделять обычно 3 типа языковых личностей: эстетический, фатический и рационально-аналитический<sup>3</sup> (см. таб. 8.).

<sup>1</sup>Там же. С. 121.

<sup>2</sup>Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. С. 167.

<sup>3</sup>Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. С. 74.



Эстетический тип	Фатический тип	Рационально-аналитический тип
<p>Этот тип свойственен для людей, безразличных к нормативному аспекту речевой деятельности. Их не интересует адрес, они ориентируются на свой собственный мир и личные переживания. Языковая форма выражения такой личности куда важнее, чем её содержание. В связи с этим личность активно использует языковую игру в качестве основного средства общения.</p>	<p>Объединяет такой тип людей, которые постоянно стремятся к уменьшению дистанции в своих взаимоотношениях; стремятся к установлению и поддержанию контактов на нужном уровне. В таком типе преобладает фатическая функция языка, т. е. направленная на коммуникативный контакт. Для людей этого типа важен сам процесс общения, а не его информативная значимость.</p>	<p>К этому типу относят людей, которые всегда объясняют мотивируют оценки собственной речевой деятельности и других участников. Они стремятся к объективному, аргументированному и рассудительному речевому процессу. Для них важна информативная составляющая этого процесса, в то время как эмоциональной стороне а не придают большое значение.</p>

Эти типы языковых личностей отражают иерархию коммуникативной компетенции участников в речевом взаимодействии. Если сопоставить и совместить данные типологии языковых личностей, можно отметить, что в целом они соотносятся, дополняют и подробнее описывают характеристики тех или иных языковых личностей.

Языковую личность в условиях общения можно рассматривать как коммуникативную личность. Это обобщенный образ носителя культурно-языковых, а также заодно и коммуникативно-деятельностных знаний, ценностей, установок, реакций поведения. Применимо к коммуникативной

личности выделяют познавательный, ценностный, поведенческий планы данного понятия<sup>1</sup>:

- ценностный план коммуникативной личности содержит в себе различные этические нормы поведения, которые характерны для определенного этноса в определенный период времени. Данные нормы закрепляются в нравственном кодексе народа, в них отражается его история и мировосприятие людей, которые объединены единым языком и культурой. К языковым индексам нравственного кодекса относят универсальные высказывания и иные прецедентные тексты, которые составляют собой культурный контекст, что понятен носителю языка, а также коммуникативные стратегии вежливости, правила этикета, оценочные значения различных слов. В нравственный кодекс входят множество общечеловеческих ценностей; ценности, которые свойственны определенному типу цивилизации; ценности, которые характеризуют тот или иной этнос, подгруппы внутри этого этноса. Также выделяют такие ценности, которые характерны для малых групп, индивидуальные ценности. И в связи с этим языковую личность можно охарактеризовать в этом плане по соотношениям преобладающих ценностей и второстепенных;
- познавательный план личности в ходе общения выявляется на фоне освоения картины мира человека. Применимо к данной ситуации, как правило, выделяют категориально-формальные и предметно-содержательные способы оценки действительности, что характерно для носителя определенных знаний и сведений о языковом мире;
- поведенческий план коммуникативной личности характеризуется набором намеренных и невольных характеристик речи и

---

<sup>1</sup>Водак Р. Язык. Дискурс. Поэтика. Волг.: Перемена, 1997. С. 217.

используемых средств общения. Подобные характеристики можно рассматривать в прагма-лингвистическом и социолингвистическом аспектах. При этом в социолингвистическом аспекте выделяют индексы речи женщин и мужчин, взрослых и детей, людей образованных и не очень, носителей языка, людей, которые говорят на родном и неродном языке. Что касается прагмалингвистического аспекта, то здесь имеются в виду дискурсивные, интерактивные, речеактовые ходы в общении людей, происходящем естественным образом.

Отдельно для нашего исследования стоит упомянуть о религиозной языковой личности. В процессе социализации личность идентифицирует себя с определёнными ценностями, идеалами, ставит перед собой определённые цели. А так как одним из институтов общества является Церковь, то человек оказывается включённым в сферу религиозных отношений. Вследствие чего индивид в большей или меньшей степени перенимает религиозные ценности, идеи и нормы. В результате человек постепенно приобретает религиозный опыт, посредством которого конкретизируется идентичность личности. Так формируется религиозная языковая личность. Под религиозной личностью понимают носителя определённого сознания, в основе которого лежит концепт «вера», и которая отражает признание авторитета нравственных законов в жизни общества<sup>1</sup>.

Исследователи также отмечают, что в рамках религиозной языковой личности можно выделить конфессиональные языковые личности. Основывается это утверждение на том, что для каждой конфессии характерно своё религиозное мировоззрение, символы веры, модели поведения, ритуалы, священные книги<sup>2</sup>. Именно поэтому в своём исследовании мы можем

---

<sup>1</sup>Салахова А. Г-В. Конфессиональная языковая личность: коммуникативные стратегии и тактики. Монография. Челябинск.: Челяб. гос. ун-т, 2013. С. 39.

<sup>2</sup> Там же. С. 53.

разделить христианских лидеров на два типа религиозной языковой личности:

- православная языковая личность (Патриарх Кирилл);
- католическая языковая личность (Папа Франциск).

В следующей главе мы определим отличается ли речевая политическая коммуникация православной и католической языковой личности. Или они придерживаются одной модели поведения, которая свойственна для религиозной языковой личности в целом.

Исходя из сказанного выше, можно отметить, что термин «языковая личность» в настоящее время весьма активно утверждается в сфере лингвистики. Многоплановость интерпретации термина объясняется различными представлениями об объекте, который стоит за обозначением, степенью абстрагирования в ходе исследования, аспектами изучения данного феномена. Представляя языковую личность в качестве проекции человека в языке, в итоге можно сказать, что языковая личность в настоящее время приблизилась к собственному прототипу: из характеристик языковой личности сейчас присутствуют такие биологические показатели, как пол, возраст, а также социальные – место рождения, социальный статус, профессия, вероисповедание, выполняемые социальные роли. Также учитываются и характеристики личности – представления человека о мире, его ценности, убеждения и т. д.

### **ГЛАВА 3. РЕЛИГИОЗНЫЙ ЛИДЕР КАК СУБЪЕКТ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ: ТЕМАТИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ И РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ**

#### **3.1. Роль личности религиозного лидера в политической коммуникации**

Сейчас значительно усиливаются межцивилизационные, межрелигиозные, межкультурные взаимодействия, и особенную роль играют в этом лидеры мировых религий. Они всегда были значимыми политическими акторами. То, что сейчас наблюдается активное обращение политики и политологии к религиозному фактору, говорит о большой значимости религии в современной политике, а также об актуальности религиозного фактора в изменениях, связанных с глобализацией. Роль религиозного фактора в мировой политике является признанной, она принимается в расчёт при создании внешнеполитических доктрин и проведении различных политических акций. Учёт религиозного фактора нужен всегда, так как он оказывает влияние на механизмы политического действия.

Автор под религиозным лидером понимает руководителя той или иной религиозной группы, организации, которая осуществляет формальное, организационное лидерство и является духовным авторитетом как интерпретатор вероучения того или иного вероучения или его создатель. Часто исследователи отмечают, что важная особенность религиозного или другого лидера состоит в способности оказывать воздействие на других людей в направлении организации совместной деятельности для достижения общей цели. Поэтому у лидера должны быть свои речевые особенности, стиль речи, и он должен активно использовать средства массовой информации для оказания воздействия на общественное мнение.

Религиозного лидера сейчас всё чаще принято рассматривать не в качестве духовного наставника, а как ещё и политического актора. Это особенно проявляется в отношении католического лидера. За последнее время Папа Франциск побывал в 24 странах, там он общался с различными духовными и политическими представителями. Нельзя не упомянуть речь Папы на сессии Генеральной ассамблеи ООН 25 сентября 2015 года. Там Папа Франциск высказал мнение по множеству важных международных проблем. Так, о проблеме войны он сказал тогда, что она является «отрицанием всех прав и трагическим покушением на среду обитания»<sup>1</sup>. В сфере конфликтов должно работать международное право. Также полезны и переговоры. Франциск сказал, «что этика и право, основанные на угрозах взаимного уничтожения – а потенциально уничтожения всего человечества сразу – противоречива и представляет собой фальсификацию всего устройства ООН. Она становится организацией наций объединенных страхом и недоверием»<sup>2</sup>. Речь его была призывом политикам объединяться с целью решения существующих международных проблем.

---

<sup>1</sup> Папа римский призвал отказаться от применения ядерного оружия // Коммерсант.ru 09.08.2015. [Электронный ресурс] URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2785545>. Дата обращения: 17.12.2016.

<sup>2</sup> Там же.

Религиозный лидер в общественном сознании предстаёт чистым, непорочным, посредником между человеком и Богом, что в итоге способствует эффективному его воздействию на умы людей и их действия. По этой причине он при интерпретации международных проблем и призывая к действиям, постоянно опирается на Святое Писание, а также использует клерикальную лексику. В своей речи лидер использует такие слова, как «надежда», «ближний», «покинутый» и т. п. Так, во время проведения воскресной проповеди Франциск сказал, что он призывает любые приходы, религиозные общины, монастыри Европы, начиная с римской епархии, продемонстрировать настоящее значение Евангелия и принять беженцев. Он сказал, что нельзя отталкивать бегущих от нечеловеческих условий в поисках лучшего будущего. Согласно Евангелию, как сказал Франциск, следует быть «ближними для покинутых и пострадавших, обеспечить им надежду»<sup>1</sup>. Мы можем здесь наблюдать то, что, с опорой на Евангелие, Папа Франциск призвал объединяться и помогать беженцам. Здесь мы наблюдаем проявление категории «интертекстуальность»<sup>2</sup>. При обращении к мирянам, отвечая на их вопросы, Франциск ссылается на Евангелие как ключевой текст православной культуры, на труды святых отцов, богословов и т. д. Обычно при обращении к православным текстам, религиозный лидер касается вопросов, которые связаны с первостепенными христианскими категориями «грехом» и «добродетелью». Одной из целей политической коммуникации религиозного лидера является отвратить общество от греха и наставить на путь добродетели. Обращение к авторитетным и значимым для христиан текстам помогает авторам в итоге подкрепить для общества свою точку зрения, создать нужные образы.

---

<sup>1</sup>Новым Папой Римским избран Хорхе Марио Бергольо // Коммерсант.ru 13.03.2013. [Электронный ресурс]  
URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2145534>. Дата обращения: 12.02.2017.

<sup>2</sup>Смолина А. Н. Интертекстуальность как стилевая черта церковно-религиозных текстов // Мир науки, культуры и образования. Вып.5. Горно-Алтайск.: Горно-Алтайский гос. университет, 2012. С. 57.

Религиозные лидеры способны оказывать влияние на формирование процессов в области политики, в том числе и международной. Они часто на практике влияют на такие процессы, как: представление людей о себе, своём месте в жизни и мире, об исторической миссии. В связи с этим религиозные лидеры являются силой, способной влиять на поведение людей, их ценности общественный выбор. Это позволяет им оказывать опосредованно влияние на принятие тех или иных политических решений.

Деятельность религиозных лидеров в сфере политической коммуникации можно разделить на несколько видов:

- информационная политика – возможность доводить наиболее важную политическую информацию до широкого круга людей;
- политика влияния – способность мобилизовать людей с целью решения тех или иных общественно значимых проблем;
- символическая политика – способность оказать влияние на сознание людей, связать его с нужным смыслом.

Вместе с этим можно выделить отдельные черты деятельности религиозных лидеров:

- косвенное влияние на принятие политических решений за счёт формирования ценностного политического ряда;
- попытка инкорпорировать в общественное мнение автономное, окрашенное религиозно видение мира, политики, социальной действительности, гуманитарной сферы;
- воздействие на общество для изменения общественного сознания и формирования того или иного мировоззрения.

Значимую роль в деле формировании образа и религиозного лидера как важного политического актора играют средства массовой информации. С их помощью можно узнать о том, что именно и когда сказал Патриарх, с кем встретился Папа и т. д. В большей степени можно заметить, какое внимание уделяется новым религиозным медиа. К примеру, страница Папы в «Twitter»



ведётся одновременно на нескольких языках, а недавно появилась официальная страница Патриарха Кирилла в соцсети «ВКонтакте». Кроме того, в соцсетях есть официальные страницы Католической церкви и Российской православной Церкви. У Церкви есть свои интернет-сайты и сетевые издания, освещающие, в числе прочего, внутригосударственную и международную деятельность. И по тому, как в средствах массовой информации освещается деятельность религиозного лидера, в сознании он предстаёт как в том числе лидер политический.

Церковь во главе с религиозным лидером в массовой коммуникации создаёт свой собственный дискурс – религиозный. Под религиозным дискурсом понимается совокупность речевых актов и действий, которые направлены на приобщение того или иного человека к вере<sup>1</sup>. Основным адресатом этого дискурса являются верующие люди. На них рассчитана большая часть речевой деятельности и от них ожидают эмоциональной реакции на услышанное. Но сфера религиозного дискурса не является изолированной от остальной части общества, по крайней мере, сейчас, когда существует свобода слова и каждый может выбирать тот стиль жизни и веры, который в наибольшей степени соответствует его моральным и эмоциональным потребностям.

Внутри категории адресата религиозного дискурса представляется уместным выделить несколько подтипов. Так, В. М. Целуйко, при проведении анализа традиционных религиозных институтов и многочисленных появившихся сейчас и продолжающих появляться религиозных культов, выделила несколько групп верующих:

- фанатично верующие – это люди, которые верят в потусторонний мир, и что по завершении ими земной жизни, из ждёт райская жизнь;

---

<sup>1</sup>Бобьева Е. В. Религиозный дискурс: ценности, жанры, языковые характеристики. Монография. С. 48.

- обращённые — это люди нерелигиозные и неверующие в прошлом, но при этом склонные к влияниям, эмоциональным переживаниям, душевным потрясениям;
- верующие по традиции — для них религиозная вера является, вероятнее всего, привычкой, которую они переняли от старших в своей семье или круга знакомых;
- сомневающиеся – это люди, которые верят в различные суеверия, при этом могут опровергать существование Бога. Обычно эта группа является легкой внушаемой, поэтому Церковь уделяет особое внимание работе с ней;
- псевдоверующие — эта группа чаще всего состоит из молодых людей, которые под давлением моды принимают образцы поведения какой-либо конфессии<sup>1</sup>.

Освящение вопросов построения и развития тех или иных типов дискурса было бы неполным, если не определить и не раскрыть его функциональную направленность. Выделение и описание функций, которые выполняются конкретным типом дискурса, позволяет в итоге наиболее полно и чётко освятить его особенности. Также понимание функции религиозного дискурса помогает при определении и проведении анализа речевых стратегий религиозных лидеров.

Условно различные функции религиозного дискурса исследователями делятся на общие (см. таб. 9.) и специфические. Специфические функции религиозного дискурса можно объединить в 3 класса: 1) регулирующие основные принципы существования социума, 2) регулирующие отношения между членами социума, 3) регулирующие внутреннее мироощущение, мировосприятие конкретных индивидов<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>Целуйко В. М. Психология нетрадиционных религий в современной России. Волгоград.: Прин Терра - Дизайн, 2004. С. 95.

<sup>2</sup>Бобырева Е. В. Религиозный дискурс: ценности, жанры, языковые характеристики. Монография. С. 139.

Таб. 9.

Функция	Характеристика
<b>Репрезентативная</b>	Функция понимания, представления и отражения человеком фактов и событий. В данной функции язык связывает мир верующего, священнослужителя и потусторонний мир.
<b>Апеллятивная</b>	Почти в любом выступлении религиозного лидера или в любом жанре религиозного дискурса сопровождается апелляцией к Богу, святому или священным книгам.
<b>Коммуникативная</b>	С одной стороны, эта функция может выражать в однонаправленном процессе коммуникации, например, в молитве. С другой стороны, в исповеди и проповеди устанавливается вербальный контакт с Богом через посредника, что обуславливает двусторонний характер коммуникации.
<b>Экспрессивная</b>	Основой религиозного дискурса является концепт «веры». Поэтому коммуникация носит не рациональный, а эмоциональный характер. Без эмоционального компонента не возможна речевая коммуникация в религиозной сфере.
<b>Информативная</b>	Свойственна всем типам дискурсов. В религиозном дискурсе возможно неодинаковое толкование событий в разных религиозных течениях.

**Установление контакта**

Одна из основных функций религиозного дискурса. Без контакта между верующими, верующими и священнослужителями, верующими и Богом не возможна эффективная коммуникация. Данная функция может выражаться как одностороннем процессе коммуникации, так и двустороннем.

Степень проявления каждой из указанных функций в религиозном дискурсе может быть разной. Но каждая является важной и составляет особенность религиозного дискурса от иных видов дискурса.

Важно отметить, что за последние годы в России мы можем наблюдать активное вмешательство Церкви в решение общественно-политических и культурно-нравственных вопросов. Русская православная церковь не остаётся в стороне при обсуждении важных для общества и государства проблем. В результате создаётся полемика между обществом, Церковью и государством, в которой мы можем наблюдать эффективность рычагов давления Церкви. Так, например, Новосибирская епархия РПЦ попросила министра культуры запретить постановку оперы «Тангейзер», обвиняя режиссёра и директора театра в умышленном оскорблении чувств верующих и оскорблении религиозной литературы. Напомним, по сценарию Иисус предстаёт в образе героя эротического фильма. На защиту постановки выступили многие деятели культуры (О. Табаков, А. Калягин и др.). Но в результате министерство культуры уволило директора театра, а в постановку были внесены существенные изменения. На примере этого конфликта мы видим, каким существенным влиянием обладает Церковь в нашей стране.

Другой, более показательный пример, – это конфликт, связанный с передачей Исаакиевского собора Русской православной церкви. Только сейчас началось активное обсуждение этого процесса в обществе. Некоторые

видят в передаче собора восстановление исторической справедливости, другие – возрастающее влияние Церкви в светском государстве. Патриарх же отметил, что передача собора во владения Церкви является символом примирения российского общества<sup>1</sup>. Но, судя по реакции общественности, не все разделяют такое мнение. Многие связывают передачу Исаакиевского с планами на Публичную библиотеку и нападениями на выставки в Эрмитаже. Даже среди верующих людей высок процент противников передачи собора. Возможно, это связано с отношением к коммерческой деятельности Церкви. А может и с тем, что на другой стороне конфликта находится не менее уважительная группа – музейное сообщество. Но, несмотря на волну возмущения граждан, власти остаются на стороне Церкви. Это ещё раз подтверждает то, что религиозный институт в нашей стране является мощным нравственным и политическим актором, который обладает большими ресурсами.

Подводя итог сказанному, можно сделать выводы о том, что религиозный лидер в XXI в. – авторитетный и сильный политический субъект. Исторически сложилось, что религия была всегда не только инструментом политики, но и сама активно формировала эту самую политику. Были периоды в истории России и истории стран Европы, когда Церковь доминировала в политических отношениях с государством. Были также периоды, когда место религии заменяла собой идеология. Но в настоящее время происходит процесс деидеологизации. И большая роль в этом отводится религиозным лидерам. А СМИ и информационные технологии помогают усилить роль религии в жизни людей. В настоящее время повсеместно появляются различные религиозные журналы, информационные порталы, страницы в соцсетях и т. п. Именно средства массовой информации осуществляют просветительскую функцию Церкви.

---

<sup>1</sup>Патриарх Кирилл: передача Исаакиевского собора РПЦ станет символом примирения // ТАСС 17.02.2017. [Электронный ресурс] URL: <http://tass.ru/obschestvo/4031648>. Дата обращения: 04.05.2017.

## 3.2. Религиозный дискурс сквозь призму политической коммуникации

### 3.2.1. Речевая политическая коммуникация Патриарха Кирилла

2009 год был наполнен событиями церковной жизни и, вероятнее всего, он запомнится как поворотный период в истории русского православия. Связано это с избранием на Патриарший Престол митрополита Смоленского и Калининградского Кирилла, который значительно определил дальнейшее развитие церковной жизни.

Гундяев В. М. родился 20 ноября 1946 года в г. Ленинград. В 1965 году он поступил в Ленинградскую духовную семинарию, а по её окончании в Ленинградскую духовную академию. Церковную деятельность будущий Патриарх начал осуществлять в 1969 году. В 1988 году он стал архиепископом Калининградским и Смоленским, а спустя три года его возвели в сан митрополита. 27 января 2009 года Поместным Собором Русской Православной Церкви он был избран митрополитом Московским и всея Руси. Через несколько дней произошла интронизация Святейшего Патриарха Кирилла.

С первых выступлений новый Патриарх назвал те задачи, которые он считает приоритетными для Церкви в настоящее время. В первую очередь – это начало нового этапа церковного возрождения. Другими словами, углубляется людская вера, люди уже отождествляют себя с православием, укрепляются общины, усиливается влияние православного мировоззрения в культурной и общественной жизни. При этом особенное внимание уделяется работе с молодёжью, активному вовлечению паствы в Церковь.

Как и другая авторитетная для общества и значимая исторически организация, Русская православная церковь посредством средств массовой информации формирует мировоззрение верующих, а также в первую очередь православно ориентированной части общества. На заседании Высшего церковного совета Патриарх отметил, что социальные сети также

представляют собой достаточно широкое поле для осуществления религиозной деятельности. Патриарх считает, что в них нужно активно проповедовать христианское вероучение. Для взаимодействия Русской православной церкви со СМИ был создан Синодальный отдел по взаимоотношениям Церкви с обществом и средствами массовой информации. Он осуществляет мониторинг медиа, а также занимается просветительской и разъяснительной деятельностью. Кроме того, у Русской православной церкви есть и свои собственные газеты, журналы, каналы, ведутся страницы в соцсетях. Существуют персональные страницы Патриарха в социальных сетях «ВКонтакте» и «Facebook». В современном мире люди достаточно активно используют информационные технологии, так что и Церкви приходится их использовать.

Влияние Патриарха Кирилла на общественное сознание довольно сильно. В средствах массовой информации он пропагандирует образ Русской православной церкви как носителя стабильного социального мировоззрения, используя в своей речи социальную проповедь, нередко лишенную тех или иных признаков религиозности. Она в первую очередь направлена на успокоение общественного сознания. Основа выступлений Патриарха, его самые главные постулаты – проповедь о необходимости добросовестной работы, построение благополучной семьи, взаимоподдержка и помощь, уважительное отношение друг к другу и т. п. Кирилл говорит, что семья представляет собой Божественное установление, и по этой причине связанные с ней духовные и культурные ценности имеют большое значение для любого народа, государства и общества. Дети в семье обучаются общению, любви, служению ближним, преодолению эгоизма, почитанию родителей, заботе о младших и т. д. Также Патриарх внушает успокоение и умиротворение по поводу разного рода социальных проблем и кризиса в

сфере экономики. В своих выступлениях он говорит об успешном развитии страны, политике властей, необходимости благосостояния для всех<sup>1</sup>.

При анализе публикаций, посвящённых деятельности Патриарха Кирилла, мы определили, что в своей речевой политической коммуникации Патриарх использует следующие стратегии: самоидентификации, объясняющую, призывающую, оценивающую, организующую и утверждающую.

Риторический приём стратегии самоидентификации заключается в противопоставлении «свой» – «чужой». Цель этой стратегии – вызвать у слушателей ощущение своей принадлежности к группе «Мы». Языковые средства реализации данного приёма в рамках речевой стратегии самоидентификации – это антитезы «вера» – «неверие», «добро» – «зло». Так, к примеру, когда Патриарх упоминает про историческое изгнание русских за границу, он отмечает, что никто из них не становился «... французами, немцами и американцами с русскими корнями, они оставались русскими»<sup>2</sup>. Здесь мы видим противопоставление русских («Мы») другим нациям («Они»). В религиозном дискурсе такие противопоставления всегда активно используются.

Объясняющая стратегия применяется с целью разъяснения сути религиозного учения, принципов религиозной морали. Эту стратегию Патриарх реализует в тексте при помощи разнообразных приёмов: посредством дефиниции, интерпретации, аналогии и т. д. Так, интерпретация представляет собой главный приём данной стратегии. Выбранный отрывок из Библии трактуется в зависимости от временного, историко-культурного, теологического контекста: «Поэтому слова война и Бог кажутся

---

<sup>1</sup>Патриарх обратился к верующим // Российская газета. 04.05.2013. [Электронный ресурс] URL: <https://rg.ru/2013/05/04/poslanie-site.html>. Дата обращения: 18.03.2017.

<sup>2</sup>Слово Святейшего Патриарха Кирилла на V Всемирном конгрессе соотечественников, проживающих за рубежом // Московская Патриархия. 05.11.2015. [Электронный ресурс] URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/4265245.html>. Дата обращения: 18.03.2017.



несовместимыми, особенно если мы видим в Иисусе нашего Господа и наше спасение, который не приемлет убийства и любого другого вида насилия»<sup>1</sup>.

Языковые средства оценивающей стратегии – одобрение и порицание. Порицание при этом обеспечивает выявление недостатков в жизни, вынесение отрицательной оценки поведению верующих людей, граждан той или иной страны и людей в целом. Часто при порицании используется антитеза (например, «мир» – «война»), лексические единицы с негативным оценочным смыслом (например, «братоубийство», «безбожность», «фанатизм»). К примеру, в обращении к мировой общественности Патриарх отметил, что «братоубийственное противостояние, которое происходит на Украине, не должно разделять религиозных людей. Ведь истинный христианин не может ненавидеть людей»<sup>2</sup>. В этой фразе мы видим порицание с отсылкой на библейский наказ «полюби врагов ваших».

Языковыми же средствами выражения похвалы являются лексические единицы, содержащие в себе то или иное положительное оценочное значение, а также сравнительную и превосходную степени сравнения прилагательных. Кроме того, это фразы, которые выражают положительную оценку, либо положительное эмоциональное состояние, например, «с нетерпением жду», «это верное решение» и др.

При использовании призывающей стратегии, православный лидер оперирует такими риторическими приёмами, как апелляция к авторитету и апелляция к образцу. При этом в качестве авторитета может выступать та или иная каноническая фигура либо ученый-теолог, религиозный философ. Стоит отметить, что для религиозной риторики характерно приписывание статуса авторитета не только людям, но в гораздо большей степени сакральным текстам, которые в таком контексте наделяются признаками полноценного

---

<sup>1</sup>Патриарх Кирилл: нельзя оставаться безучастными к страданиям сирийского народа // ТАСС. 30.09.2015. [Электронный ресурс] URL: <http://tass.ru/obschestvo/2305032>. Дата обращения: 18.03.2017.

<sup>2</sup>Патриарх Кирилл призвал молиться о полном прекращении вражды на Украине // ТАСС. 06.01.2016. [Электронный ресурс] URL: <http://tass.ru/obschestvo/2572924>. Дата обращения: 15.03.2017.

актера коммуникации. Именно поэтому во многих речах Патриарха мы наблюдаем отсылки к Святому Писанию.

При апелляции к образцу, религиозный лидер устанавливает характер и порядок определённой модели поведения, и это поведение преподносится как единственно допустимое и приемлемое с моральной точки зрения. В риторике Патриарха Кирилла в качестве примера такого образа служит фигура Христа: «Христос пришёл спасти всё человечество. Его проповеди обращены ко всем людям, проживающим в любой части света»<sup>1</sup>. Этот приём активно используется и в утверждающей речевой стратегии.

Утверждающую речевую стратегию используют для оказания воздействия на эмоции людей и на их подсознание. Главный приём этой стратегии – актуализация архетипического концепта «семья». Именно посредством актуализации данного концепта осуществляется объединение людей, которые связаны в первую очередь общностью интересов, а также единой верой (помимо собственно родственных уз). Это можно наблюдать, например, при осуждении Патриархом распрей между людьми, вызванными вооружёнными конфликтами: «Внутреннее единство – это ключ, открывающий двери разных возможностей. Мы – единая семья. Христос – это наш отец»<sup>2</sup>. Концепт «семьи» может выражаться косвенно посредством признаков единства, выраженных в таких фразах, как «мы – единый народ», «братья и сёстры», «наша церковь» и др.

Вместе с тем мы выявили тематический спектр публикаций, посвящённых деятельности Патриарха Кирилла. Были проанализированы 186 публикаций за период с марта 2013 г. по декабрь 2016 г. Для этого все материалы мы разделили на две тематические категории: «международные

---

<sup>1</sup>Нам нужна цивилизация духа // Российская газета. 15.09.2015. [Электронный ресурс] URL: <https://rg.ru/2015/09/16/a1164846.html>. Дата обращения: 18.03.2017.

<sup>2</sup>«Политические распри приводят к конфронтации и разделению среди людей, в том числе и связанных общей верой» // Коммерсант.ру. 02.03.2014. [Электронный ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2421635>. Дата обращения: 18.03.2017.

вопросы» и «социально-нравственные проблемы». Каждая категория была разделена на две подкатегории: «Патриарх Кирилл» (сюда мы отнесли публикации, которые освещают деятельность Патриарха как религиозного лидера) и «Церковь» (материалы, в которых деятельность Патриарха описывается в контексте функционирования Русской православной церкви).

Анализ публикаций в «Российской газете» показал, что Патриарх Кирилл воспринимается в первую очередь как духовный наставник и религиозный лидер (см. таб. 10.). Его в большей степени волнуют внутренние проблемы страны: аборты, однополые браки и воспитание молодёжи (см. таб. 15.). Также можно сделать вывод, что издание не отделяет фигуру Патриарха от Русской православной церкви. Во всех материалах, которые мы отнесли к подкатегории «Церковь», в той или иной степени упоминается Патриарх. Большое количество материалов посвящено встрече Патриарха и Папы и важной роли Патриарха в принятии на этой встрече декларации.

*Таб. 10.*

Подкатегория	Категория	
	Международные вопросы	Социально-нравственные проблемы
<b>Патриарх Кирилл</b>	15 публикаций	18 публикаций
<b>Церковь</b>		3 публикации

Газета «Коммерсантъ», также как и «Российская газета», выводит на первый план Патриарха как религиозного лидера, которого волнуют нравственный общественный упадок и внутренняя политика государства (см. таб. 11.). Основные темы материалов: проблемы современной семьи, аборты, распространение христианских ценностей, взаимодействие Церкви и государства. В публикациях по международным вопросам Патриарх

упоминается в следующих темах: война на Украине и пасторские визиты (см. таб. 15.).

В целом издание создаёт позитивный образ Патриарха, который стремится расширить международные связи Русской православной церкви. Вместе с тем газета отождествляет фигуру Патриарха с Церковью. Что мы можем наблюдать по незначительному количеству публикаций в подкатегории «Церковь».

*Таб. 11.*

<b>Подкатегория</b>	<b>Категория</b>	
	Международные вопросы	Социально-нравственные проблемы
<b>Патриарх Кирилл</b>	11 публикаций	19 публикаций
<b>Церковь</b>	1 публикация	2 публикации

«Журнал Московской Патриархии» является официальным печатным органом Русской православной церкви. Журнал в равной степени представляет Патриарха Кирилла как религиозного лидера и лидера политического (см. таб. 12.). В силу своей специфики издание публикует материалы на все темы, которые касаются Патриарха и Церкви. Но основными всё же являются: нравственное воспитание граждан, однополые браки, международные поездки Патриарха, аборты, распространение и поддержание христианских ценностей. Большое внимание уделяется выступлениям Патриарха Кирилла на съездах, форумах, перед властными структурами (см. таб. 15.).

Также как и предыдущие издания, журнал не отделяет Патриарха от института Церкви. Что является нехарактерным для религиозного издания. Мы можем только предположить, что это делается для переключения

внимания верующих с возможных внутрицерковных проблем на создание в своём сознании образа сильного православного лидера.

Таб. 12.

Подкатегория	Категория	
	Международные вопросы	Социально-нравственные проблемы
<b>Патриарх Кирилл</b>	15 публикаций	22 публикации
<b>Церковь</b>	2 публикации	4 публикации

На сайте информационного агентства «ТАСС» опубликовано большое количество материалов, связанных с деятельностью Патриарха Кирилла. При анализе было определено, что агентство упоминает о Русской православной церкви только как об институте, который возглавляет Патриарх. Как и другие издания не разделяет фигуру Патриарха и Церковь как иерархическую организацию. Агентство формирует образ Патриарха как религиозного лидера, так и политического лидера (см. таб. 13.). Так, основными темами в политической сфере стали: международный терроризм, война на Украине, зарубежные поездки Патриарха. С другой стороны, Патриарх обсуждает важные общественные проблемы внутри страны: проблема современной семьи, воспитание молодёжи, взаимодействие Церкви и государственного аппарата, единство христианских ценностей (см. таб. 15.).

Таб. 13.

Подкатегория	Категория	
	Международные вопросы	Социально-нравственные проблемы
<b>Патриарх Кирилл</b>	37 публикаций	35 публикаций
<b>Церковь</b>		2 публикации

Объединив все таблицы в одну, мы видим, что количество материалов, которые освещают деятельность Патриарха Кирилла как религиозного лидера больше (см. таб. 14.). В этих публикациях Патриарх предстаёт как духовный наставник и сильный православный лидер, которого волнуют в первую очередь проблема поддержания традиционных христианских ценностей в обществе. На втором месте – публикации, посвящённые международным вопросам. Это обусловлено тем, что Патриарх как глава Русской православной церкви стремится к установлению международных связей с целью распространения православия. Также Патриарх не может остаться в стороне при обсуждении международных проблем, таких как терроризм и военные конфликты.

Из этой таблицы мы видим, что российские СМИ не уделяют особого внимания отдельно Церкви. В публикациях она предстаёт как иерархическая организация, которая объединяет православных людей и во главе которой стоит сильный и харизматичный лидер. Также Русская православная церковь упоминается в контексте взаимоотношений с органами государственной власти и культурными организациями.

Таб. 14.

<b>Подкатегория</b>	<b>Категория</b>	
	Международные вопросы	Социально-нравственные проблемы
<b>Патриарх Кирилл</b>	78 публикаций	94 публикации
<b>Церковь</b>	3 публикации	11 публикаций

При анализе изданий нами были определены основные темы публикаций, посвящённых деятельности Патриарха Кирилла (см. таб. 15.). Мы видим, что большинство тем посвящены внутренним вопросам страны.

Что характерно и логично для российских СМИ. Все издания пишут про общеполитические и социальные вопросы: миграционный кризис, война на Украине, международный терроризм. Также в каждом издании публикуются материалы, посвящённые зарубежным поездкам Патриарха, в частности встрече лидеров христианства на Кубе.

Стоит отметить, что «Российская газета» и «Коммерсантъ» игнорируют тему нравственного воспитания молодёжи. Также «Российская газета» не уделяет внимание взаимоотношению Церкви и государства.

Таб. 15.

ТЕМЫ	ТАСС	МОСКОВСКА Я ПАТРИАРХИЯ	КОММЕРСАНТЪ	РОССИЙСКАЯ ГАЗЕТА
<b>Вопросы внутренней политики государства</b>				
Однополые браки	✓	✓	✓	✓
Аборты	✓	✓	✓	✓
Воспитание молодёжи	✓	✓		
Поддержка традиционных христианских ценностей	✓	✓	✓	✓
Взаимодействие Церкви и государства	✓	✓	✓	
<b>Общеполитические и социальные вопросы</b>				
Миграционный кризис	✓	✓	✓	✓
Терроризм	✓	✓	✓	✓
Украинский конфликт	✓	✓	✓	✓

<b>Патриарх в общественном и политическом пространстве</b>				
<b>Встреча Папы и Патриарха</b>	✓	✓	✓	✓
<b>Зарубежные поездки Патриарха</b>	✓	✓	✓	✓
<b>Выступления Патриарха на съездах и форумах</b>	✓	✓	✓	✓

Подводя итог, мы можем сказать, что в отношении Патриарха одна из наших гипотез подтвердилась. Православий лидер действительно активно использует речевые стратегии религиозного дискурса в своей политической коммуникации. Вместе с тем вторую гипотезу мы не смогли подтвердить. Так как российские СМИ в первую очередь представляют Патриарха Кирилла как религиозного лидера и духовного наставника, и только второстепенно как политического актора.

### 3.2.2. Особенности политической коммуникации Папы Франциска

Хорхе Марио Бергольо родился 17 декабря 1936 года в Буэнос-Айресе в семье эмигрантов из Италии. После обучения в столичной семинарии Вилла Девото он вступил в иезуитский монашеский орден. В 1969 году Бергольо посвятили в священники. В 1992 году его назначили епископом, а в 1998 г. – архиепископом Буэнос-Айреса. В 2001 году Папа Иоанн Павел II



возвёл Бергольо в кардиналы<sup>1</sup>. А спустя 12 лет в 2013 году Хорхе Бергольо стал новым Папой – Папой Франциском.

Новый Папа соединяет в себе многие страны: Италия (происхождение), Германия (по существующим у Папы связям с выходцами из страны), Латинская Америка (по духовной службе). Вместе с тем впервые главой Ватикана стал член Ордена иезуитов. Орден является одной из самых авторитетных католических организаций, которая играет значимую роль в формировании элитных правящих групп, как внутри Ватикана, так и за его пределами. Главной задачей Ордена всегда был и остаётся контроль над действиями Папы и деятельностью Святого Престола. Вместе с этим Орден всегда стремился проникать в структуры других религиозных и правительственных организаций, формировать их лидеров и контролировать их деятельность. При этом, пожалуй, основным отличием иезуитов от других орденских структур является то, что они медленно трансформируют католическое учение в соответствии с требованием времени и стремятся к реализации своей конечной цели – формированию единой мировой религии.

Не менее значима в условиях обострения борьбы за власть, информацию и ресурсы особенность Папы – скромность и нескрываемая близость к простым людям.

Франциск идеально говорит о «бедной церкви». В ситуации разрастания мирового экономического кризиса, когда бедные беднеют, а богатые богатеют, появление Папы, который отказывается от роскошного лимузина, очень даже кстати. Так в первой проповеди Франциск говорит о смирении, терпении, прощении. Он заявил, что немного милосердия способны сделать мир менее холодным и оттого более справедливым. По

---

<sup>1</sup>Пономарёва Е. Г. Папа Римский как фактор мировой политики [Электронный ресурс] // Сайт МГИМО. 03.01.2014. URL: <http://old.mgimo.ru/news/experts/document245748.phtml>. Дата обращения: 27.04.2017.

словам Франциска, Бог не устает прощать, но мы сами устаём просить прощения<sup>1</sup>.

Особенное внимание всех было обращено к выбору имени Папы. Он выбрал его, думая о бедных, о предотвращении войны и миротворчестве. Но главный упор всё же сделан на отношение с бедными людьми. По словам Франциска, для него важны бедняки, люди мира, относящиеся с любовью и заботой к творению<sup>2</sup>. Франциск – имя, звучащее, как программа провозглашения Евангелия на улице. Он взял на себя обязательство быть другом для бедняков в нищей церкви. Франциск – имя простоты. Папа выбрал самое что ни на есть обычное, не характерное для Папы имя – он стал первым, кто взял себе имя Франциск. Франциск Ассизский – человек, полностью погруженный в Бога, отличающийся евангельским радикализмом и уподоблением Христу.

Новый стиль поведения понтифика, которым восхищаются представители средств массовой информации, с его нескрываемой скромностью, демократичностью, нужно воспринимать как обязательную часть иезуитской стратегии поведения, предполагающей погружение в культурную реальность. И главное не в том, что говорит новый понтифик, а в серьёзных задачах, ради выполнения которых он это делает. А задачи эти – сокращение социального неравенства, укрепление положения «бедной церкви», а также консолидация сил на решение международных проблем.

Слушатели воспринимают послание Франциска как слова от сердца к сердцу, как слова объединяющие и интегрирующие. Слова и публичные выступления Папы Франциска, свободные от позёрства и ярких жестов, снискали к нему большую симпатию со стороны народа. Об этом

---

<sup>1</sup>Папа Франциск: Церковь подвержена болезни сеять раздор и смуту // KATOLIK.ru 07.09.2015. [Электронный ресурс] URL: <http://www.katolik.ru/vatikan/123120-papa-frantsisk-tserkov-podverzhena-bolezni-seyat-razdor-i-smutu.html>. Дата обращения: 15.02.2017.

<sup>2</sup>Новый Папа Римский готов «строить мосты между конфессиями» // Российская газета 14.03.2013. [Электронный ресурс] URL: <https://rg.ru/2013/03/14/papa-site.html>. Дата обращения: 12.02.2017.

свидетельствует огромное число людей, которые приходят слушать речи Папы и в соборе святого Петра, и во время поездок по Италии (а также по всему миру). Папа всегда в своих проповедях говорит не от своего имени, а от имени Бога.

В контакте с людьми – как видно по фоторепортажам с аудиенций – Папа Франциск уделяет особенное внимание бедным. Церковь, которая дружит с бедняками, представляет собой сообщество людей, которые не боятся проявлять чувства в отношении слабых. Епископ Церкви, которая дружит с бедными и находится рядом с ними, преодолевает с ними общий путь, – это подлинный ответ на вызов секуляризации. Простота жизни Папы показывает, что место преемника Петра занял человек, не желающий утратить связь с людьми, который не хочет переставать быть одним из них. Папа – епископ и священник. Франциск не желает осуществлять учительство в форме суверенного правления, которое ранее была распространена на протяжении веков и которая, утратив при предыдущих понтификах многие свои элементы, продолжала существовать, пусть и в несколько редуцированном виде. Особенное внимание Папа уделил страницам книги Анри де Любака «Мысли о церкви»: «Величайшей опасностью для церкви, которую мы сами составляем, является то, что Вонье называл “духовной нецерковностью”»<sup>1</sup>.

«Духовная нецерковность» здесь понимается как концентрация на самих себе. Духовная нецерковность церковной жизни – это карьеризм. Слово «карьера» сразу обрисовывает образ должностной лестницы, как в коммерческой компании. По мнению Папы, отношение к церковному служению как к карьере поощряться ни в коем случае не должно.

С этим связано и отношение Папы к теологии освобождения. Бергольо в самом начале карьеры дистанцировался от теологии освобождения. Но пересечение с данной доктриной присутствует в его риторике, что привлекает

---

<sup>1</sup>Любак А. Мысли о церкви. М.: Христианская Россия, 1994. С. 298.

латиноамериканских католиков. Дело в том, что теология освобождения основана на принципах социальной справедливости, борьбы с бедностью как общественным грехом. Теологи этого направления считают, что бедность – источник общественного греха. Теология освобождения понимается зачастую как форма христианского социализма. В Латинской Америке христианской миссии присвоена особая роль защиты справедливости для бедных, особенно через посредство политической деятельности.

Папа Франциск не раз использовал если не риторику теологии освобождения, то отдельные её идеи. Он, говоря о Церкви для бедных, демонстрировал к ней своё расположение. Например, именно им объявлен мучеником архиепископа Сан-Сальвадора Ромеро, убитый в 1980 г. правыми сторонниками властей, которого условно можно отнести к сторонникам теологии освобождения.

Средства массовой информации во всём мире зачастую цитируют изречения нового Папы. Их отличает социальная направленность, но с оттенком неизменности установленного порядка неолиберальной эпохи. К примеру, можно отметить изречение Папы о несправедливом распределении благ, которое остается неизменным, создавая ситуацию общественного греха, которая ограничивает возможности для полной жизни многим людям. Также Франциск призывает работать вместе и идти по пути братства, молиться друг за друга. Папа вроде как осуждает неравенство, но тут же в своих речах он констатирует его неизменность, делая вывод о том, что даже в несправедливом мире все равно существует братство<sup>1</sup>. В итоге у паствы на подсознательном уровне начинает формироваться образ невинных богатых, нивелируются социальные противоречия, воспитывается политическая пассивность.

---

<sup>1</sup>Папа встретился с президентом Израиля Ривлином // KATOLIK.ru 04.09.2015. [Электронный ресурс] URL: <http://www.katolik.ru/vatikan/123097-papa-vstretilsya-s-prezidentom-izrailya-rivlinom.html>. Дата обращения: 18.02.2017.

Как ранее было определено, существуют разные речевые стратегии: прагматические, когнитивные, диалоговые. Но отдельно стоит поговорить о стратегиях, характерных для религиозной риторики Папы Франциска. Ранее мы рассмотрели, что в религиозном дискурсе используются такие речевые стратегии, как выделяющая, организующая, объединяющая. Речевые стратегии религиозных лидеров реализуются за счёт риторических приемов – способов формальной организации текста, которые выражаются совокупностью различных языковых средств с идентичной функцией в рамках данной стратегии. К ним относят: противопоставление «свой» – «чужой», «добра» – «зла», интерпретация, дефиниция, возвышенная тональность, апелляция к авторитету, актуализация концепта «единой семьи и т. д.

Во время мессы, которая посвящена убийствам армян в Османской империи, Папа сказал, что события были бессмысленной бойней и очень важно уважать их память. Пытаться скрывать зло или отрицать его – то же самое, что позволять ране кровоточить и не перевязывать её<sup>1</sup>. Здесь можно наблюдать применение объясняющей стратегии. Это видно по последовательности интенций. Папа говорит вначале о том, что если память о событиях исчезнет, зло позволит ранам гноиться, поэтому они не затянутся. Затем он сказал, что человеческая семья отказывается обучаться на своих ошибках, и в связи с этим и сейчас есть те, кто пытается уничтожить других при молчаливом согласии тех, кто ничего не делает. Употребляя подобные фразы как «отказываться учиться на ошибках», «те, кто пытается уничтожить других», «человеческая семья», Папа в итоге использует речевые приёмы противопоставления «добра» и «зла», актуализацию концепта «единой семьи».

Стратегию призыва религиозный лидер использует во многих своих проповедях. Так, он призывает приходы, религиозные общины, монастыри

---

<sup>1</sup>Новым Папой Римским избран Хорхе Марио Бергольо // Коммерсант.ru 13.03.2013. [Электронный ресурс]  
URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2145534>. Дата обращения: 12.02.2017.

продемонстрировать истинное значение Евангелия и принять у себя беженцев. Он призывает «быть близкими для покинутых, дать им надежду»<sup>1</sup>. Папа в своей речи апеллирует к Св. Писанию, что создаёт ощущение правильности, необходимости и отчасти сплочённости людей. Католический лидер раскрывает смысл Священного Писания, но главное – призывает жить в соответствии с христианским вероучением.

Задачами религиозного лидера как духовного наставника является вызвать у человека эмоциональное переживание, ощущение единения, сопричастности к тому, во что он верит. Папой подчеркивается, что долг Церкви призвать всех к объединению ради общего блага. Перед лицом вызовов, на которые должна ответить проповедь Евангелия, Папа просит «черпать от Христа благодать, которая способна спасти и укрепить христианское свидетельство, распространяя Слово Божие, чтобы глубокая религиозность народов смогла стать свидетельством Евангелия»<sup>2</sup>. Здесь мы можем наблюдать сочетание двух стратегий: оценивающей и утверждающей. Утверждающая стратегия заключается в установлении неоспоримой правильности и истинности Божьего Слова, которое и должно стать ориентиром для человека. Суть оценивающей стратегии заключается в самой оценке роли Церкви и Христовой благодати в распространении Слова Божьего, а также в увеличении веса католичества в обществе. Оценивающая стратегия является одной из ведущих в политической коммуникации религиозного лидера.

Коммуникативная стратегия используется Папой Франциском во многих выступлениях. Так, например, говоря о проблеме беженцев, Папа призвал мировое сообщество не игнорировать их, понять их трагедию и

---

<sup>1</sup>Мы – Европа, которая должна показать свое настоящее лицо // Коммерсант.ru 11.02.2017. [Электронный ресурс] URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2805702> . Дата обращения: 12.02.2017.

<sup>2</sup>Папа Франциск рассказал участникам Молодёжного Евхаристического Движения, как преодолевать конфликты // КАТОЛИК.ru. 10.08.2015. [Электронный ресурс] URL: <http://www.katolik.ru/vatikan/122926-papa-frantsisk-rasskazal-15-tys-uchastnikam-molodjozhnogo-evkharisticheskogo-dvizheniya-kak-preodolevat-konflikty.html> . Дата обращения: 12.02.2017.

помочь им в силу своего отличительного положения<sup>1</sup>. Или, когда Франциск на встрече с лидерами в ООН выражает свою обеспокоенность экономическим и социальным кризисом во многих странах, он задаёт вопросы о справедливости такого положения, о возможных путях решения подобных проблем. Он задаётся такими вопросами, как «Имеем ли мы право на загрязнение окружающей среды?», «Разве нам необходимо ядерное оружие?» и др.<sup>2</sup>. Эти вопросы не подразумевают ответы, но они направлены на установление контакта с аудиторией и сплочение слушателей вокруг важных проблем.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что религиозная риторика имеет свои особенности. Она практически всегда рассчитана на эмоциональное воздействие и призыв. Именно по этой причине одна из наиболее распространённых речевых стратегий религиозного лидера – это призывающая стратегия. Религиозный лидер как духовный наставник наставляет людей, распространяет Божье слово, служит ориентиром для верующих людей. Для этого Папа в своей речевой коммуникации использует оценивающую и объясняющую стратегии.

Помимо выделения основных стратегий речевой политической коммуникации Папы Франциска, нами было определено тематическое содержание публикаций, посвящённых деятельности Папы. Были проанализированы 179 публикаций за период с марта 2013 г. по декабрь 2016 г. Все публикации в каждом анализируемом издании были разделены на две тематические категории: «международные вопросы» и «социально-нравственные проблемы». Каждая категория была разделена на три подкатегории: «Папа Франциск» (сюда мы отнесли публикации, которые

---

<sup>1</sup>Папа римский затронул в Конгрессе США темы семьи, торговли оружием и отмены смертной казни // ТАСС. 24.09.2015. [Электронный ресурс] URL: <http://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/2289552>. Дата обращения: 26.04.2017.

<sup>2</sup>Папа римский приветствовал все народы, представленные на 70-й сессии ГА ООН // ТАСС. 25.09.2015. [Электронный ресурс] URL: <http://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/2291832>. Дата обращения: 26.04.2017.

освещают деятельность Папы как религиозного лидера), «Церковь» (публикации, которые пишут про Папу в связи с деятельностью Католической церкви) и «Ватикан» (материалы, которые рассматривают Папу как главу государства).

Анализ публикаций в «Российской газете» показал, что Папа Франциск воспринимается как международный лидер, а также, что издание не отделяет фигуру Папы от Католической церкви. Связанно это с обилием материалов, посвящённых встрече Папы с Патриархом Кириллом и мировыми лидерами (см. таб.16.). При освещении встречи глав христианских церквей, журналисты обращали внимание на протокольные моменты: беседа без присутствия журналистов, обмен подарками, язык общения, невербальные знаки, на членов делегации с обеих сторон, обстановку в целом. Основные темы публикаций газеты, посвящённых образу Католической церкви: встреча с Патриархом Кириллом, отношение Папы к вопросу Украины, проблема беженцев, активное использование Папой социальных сетей (см. таб. 21.).

*Таб. 16.*

Подкатегория	Категория	
	Международные вопросы	Социально-нравственные проблемы
<b>Папа Франциск</b>	17 публикаций	11 публикаций
<b>Церковь</b>	5 публикаций	
<b>Ватикан</b>	2 публикации	

Образ Католической церкви и Ватикана также идёт неразрывно с Русской Православной церковью. Это говорит о желании России повысить свой статус в международном пространстве и демонстрации её причастности к европейским ценностям. Так же прослеживается желание Патриарха контролировать взаимоотношения между Церквями. Именно поэтому газета из материала в материал переносит посыл о роли Московского Патриарха в



принятии декларации, принятой 12 февраля 2016 г. в Гаване, которая охватывает не только общественные проблемы, но и политические вопросы.

Газета «Коммерсантъ» отличается от «Российской газеты» лишь наличием интервью с представителями Католической церкви в России. Также Папа воспринимается как международный лидер и глава Римско-католической церкви, и в меньшей степени – как носитель и транслятор католических ценностей (см. таб. 17.). Издание создаёт позитивный образ Папы, Католической церкви и Ватикана, при этом отождествляя личность Папы и Церковь. Основными темами публикаций являются: встреча глав христианских церквей, миграционный вопрос, украинский конфликт (см. таб. 21.).

*Таб. 17.*

<b>Подкатегория</b>	<b>Категория</b>	
	Международные вопросы	Социально-нравственные проблемы
<b>Папа Франциск</b>	18 публикаций	7 публикаций
<b>Церковь</b>	3 публикаций	
<b>Ватикан</b>	2 публикации	

В целом газета «Коммерсантъ» уделяет мало внимания деятельности Папы Франциска. Большая часть публикаций, так или иначе, связана либо с Русской православной церковью и христианами, либо с решением международных проблем, таких как проблема беженцев и международный терроризм (см. таб. 21.).

Интернет-издание «KATOLIK.ru» является самым посещаемым католическим интернет-порталом в России. Данный портал в равной степени представляет Папу Франциска как религиозного лидера и как лидера политического (см. таб. 18.). В отдельных рубриках размещаются материалы,

которые касаются духовной деятельности Папы («Папа Франциск»), в других – его деятельности как главы государства и международного лидера («Ватикан», «Мир»). Основными темами публикаций стали: терроризм, проблемы современной семьи и нравственности, миграционный кризис, встречи Папы с главами государств (см. таб. 21.). В целом же в силу своей специфики издание публикует материалы, которые освещают всю деятельность Папы Франциска: как духовного лидера, как главы государства и как обычного человека (например, как Папа выбирает очки в обычном магазине).

Таб. 18.

Подкатегория	Категория	
	Международные вопросы	Социально-нравственные проблемы
<b>Папа Франциск</b>	20 публикаций	14 публикаций
<b>Церковь</b>	7 публикаций	5 публикации
<b>Ватикан</b>	4 публикации	

Портал проводит чёткую границу между фигурой Папы и Церковью. Он отмечает, что Церковь находится в упадке, что представители Католической церкви являются разрушителями общечеловеческих ценностей, что внутри самой церкви много греховности и боли.

К самому Папе Франциску издание относится больше положительно, чем отрицательно. В материалах прослеживается поддержка действий понтифика и даже некоторое сочувствие, обусловленное трудностями, с которыми он сталкивается. Положительно, но с нотами скептицизма оценивается и приверженность Папы к теологии освобождения. Это заметно по материалам, посвящённым проблеме мигрантов. Издание отмечает, что призывы Папы к мировым лидерам обратить внимание на эту проблему приводят к эффективным действиям. Образ же Церкви, а именно

представителей католического духовенства формируется в негативных оттенках. Это связано с продолжающимся скандалом священников-педофилов. Ватикан упоминается лишь в вопросе финансовых махинаций Банка Ватикана.

Анализ публикаций в информационном агентстве «ТАСС» показал, что Папа Франциска воспринимается в большей степени как политический лидер, чем религиозный. Об этом свидетельствует разное количество публикаций в выделенных нами категориях; публикации, посвящённые деятельности Папы, находятся в трёх рубриках издания: «политика», «общество», «международная панорама» (см. таб. 19.) Также это проявляется в темах публикаций: проблема мигрантов, международный терроризм, встреча с Патриархом Кириллом и др. (см. таб. 21.).

*Таб. 19.*

<b>Подкатегория</b>	<b>Категория</b>	
	<b>Международные вопросы</b>	<b>Социально-нравственные проблемы</b>
<b>Папа Франциск</b>	23 публикации	11 публикаций
<b>Церковь</b>	5 публикаций	4 публикации
<b>Ватикан</b>	3 публикации	

Образ церкви транслируется через отношение к священнослужителям. Здесь актуальна тема педофилии среди представителей духовенства. 4 публикации посвящены процессу над кардиналом Джорджем Пеллом, которого обвиняют в сексуальных связях с несовершеннолетними и в укрывательстве священников-педофилов. Ватикан упоминается в вопросе закрытости деятельности Банка Ватикана и приостановление финансового аудита PWC.

Информационное агентство отделяет фигуру Папы от образа Церкви. Католическая церковь представлена через окружение понтифика. Если отношение к Франциску неоднозначное, то Католическая церковь, по мнению издания, запятнала свою репутацию на долгое время. Даже риторика «бедных» не смоет в сознание людей те негативные образы, которые остались после скандалов.

Соединив все таблицы в одну, мы видим, что количество материалов, которые освещают деятельность Папы Франциска в политической сфере количественно больше, чем в других областях (см. таб. 20.). В этих материалах Папа предстаёт как религиозный лидер, который имеет существенный вес в международных отношениях. На втором месте – публикации, посвящённые социально-нравственным проблемам. Это обусловлено тем, что Папу как духовного наставника и нравственного ориентира, беспокоит экономический, моральный и нравственный упадок общества. Именно поэтому он старается обращать внимание на эти проблему в каждом своём выступлении.

Из этой таблицы мы видим, что российские СМИ не уделяют большого внимание Папе как главе государства. Публикации, посвящённые Ватикану, связаны в первую очередь с финансовыми махинациями и перестановкой кадров в управлении. Католическая церковь предстаёт в некоторых материалах в СМИ как институт, который объединяет католиков на всему миру и который возглавляет сильный лидер, способный изменить образ современной церкви. В других материалах Католическая церковь упоминается в связи с нравственным упадком священнослужителей и возможным изменением положения женщин в её структуре.

*Таб. 20.*

	Категория
--	-----------

<b>Подкатегория</b>	<b>Международные вопросы</b>	<b>Социально-нравственные проблемы</b>
<b>Папа Франциск</b>	78 публикации	43 публикаций
<b>Церковь</b>	20 публикаций	9 публикаций
<b>Ватикан</b>	11 публикаций	

Как было сказано ранее, при анализе изданий нами были определены основные темы публикаций, посвящённых деятельности Папы Франциска (см. таб. 21.). Мы видим, что большинство тем посвящены международным проблемам и политике. Все издания пишут про общеполитические и социальные вопросы: миграционный кризис, война на Украине, международный терроризм. Вполне логично, что все издания освещали встречу Папы и Патриарха в Гаване. Также в каждом издании публикуются материалы, посвящённые встречам Франциска с лидерами различных стран. Стоит отметить, что «Российская газета» и «Коммерсантъ» полностью игнорируют внутренние проблемы Католической церкви и поведение Папы в социальных сетях. Возможно это связано с неактуальностью тем для российского читателя.

Таб. 21.

<b>ТЕМЫ</b>	<b>ТАСС</b>	<b>KATOLIK.RU</b>	<b>КОММЕРСАНТЪ</b>	<b>РОССИЙСКАЯ ГАЗЕТА</b>
<b>Внутрицерковные проблемы</b>				
<b>Священники-педофилы</b>	✓	✓		
<b>Положение женщин в Церкви</b>	✓	✓		
<b>Финансы Ватикана</b>	✓	✓		

<b>Общеполитические и социальные вопросы</b>				
<b>Миграционный кризис</b>	✓	✓	✓	✓
<b>Терроризм</b>	✓	✓	✓	✓
<b>Украинский конфликт</b>	✓	✓	✓	✓
<b>Семья и однополые браки</b>	✓	✓	✓	
<b>Папа в общественном и политическом пространстве</b>				
<b>Встреча Папы и Патриарха</b>	✓	✓	✓	✓
<b>Папа и политические лидеры</b>	✓	✓	✓	✓
<b>Папа и социальные сети</b>	✓	✓		

Подводя итоги, мы можем сказать, что наши гипотезы по отношению Папы Франциска подтвердились. Действительно Папа активно использует речевые стратегии религиозного дискурса в своей политической коммуникации. И вместе с тем публикаций в СМИ, в которых Папа выступает как международный политический лидер, количественно больше, чем публикаций по другим темам, связанным с деятельностью католического лидера.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Отражение роли и значения личности религиозного лидера занимает всё больше места в СМИ. Количество упоминаний Папы Франциска и Патриарха Кирилла за последнее время увеличивается. СМИ формирует положительный образ религиозного лидера. Каким бы пропагандистским потенциалом или фактической идеологической ангажированностью не обладали СМИ, они не только формируют сознание людей, но и выражают мысли и представления религиозных лидеров о самих себе и об организациях, которые они представляют. Поэтому христианские лидеры активно используют СМИ для конструирования нужного им образа.

Хотя до недавнего времени язык религии был довольно ограничен в употреблении и обслуживал в основном относительно замкнутую группу людей, объединенную единой верой, то есть был ориентирован на более или менее подготовленного слушателя, сегодня можно уже с уверенностью говорить о том, что религиозная риторика активно используется и в политике. С другой стороны, и религиозные лидеры, опираясь на религиозные догмы и Святое Писание, проникают на политическую арену и играют там важную роль. Этому процессу активно способствуют СМИ.

При подробном рассмотрении мы замечаем, что в СМИ образ Церкви становится более энергичным, открытым и динамичным. То, что мы живём во время развития информационных технологий, позволяет сказать, что средства массовой информации являются одним из главных инструментов распространения идей для религиозного лидера и Церкви в целом. Сейчас повсеместно появляются религиозные журналы, информационные порталы, страницы в социальных сетях. Именно СМИ осуществляют просветительскую, можно сказать проповедческую функцию Церкви.

Религиозная риторика достаточно категоризована. Основная категоризация объектов заключается в противопоставлении «свои – чужие». К «своим» обычно относят индивидов, разделяющих либо одну конфессию в границах религиозного вероучения, либо одно вероучение: в одних случаях «своими» могут стать, например, католики, если в конкретных обстоятельствах в качестве «чужих» выступают православные; в иных случаях, в категорию «своих» могут быть отнесены все верующие, если противопоставлять их атеистам.

СМИ формируют образ религиозного лидера XXI века не только как духовного наставника, но и как сильного политического актора. Акцент в публикациях делается на международной деятельности лидера, на его роль в консолидации стран для решения глобальных проблем. Также СМИ играют главную роль в популяризации религиозного учения. Посредством СМИ пропагандируются религиозные догмы. А так как СМИ воздействует на формирование общественного мнения, то важным является репрезентация в публикациях мнения религиозного лидера той или иной религиозной конфессии о сложившейся ситуации или совершённом событии в мире.

В результате проведённого нами анализа мы смогли выделить основные речевые стратегии, которые используют христианские лидеры. Это: стратегия самоидентификации, оценивающая и объясняющая стратегии, призывающая стратегия, организующая и утверждающая стратегии, коммуникативная стратегия. Мы видим, что религиозная риторика имеет свои особенности. Она практически всегда рассчитана на эмоциональное воздействие и призыв. Для каждой стратегии характерны свои языковые средства. Широко используются такие приёмы, как обращение, вопрос, восклицание; речевой приём противопоставления «добра» и «зла»; актуализация концепта «единой семьи»; апелляция к авторитету и образцу; употребление экспрессивной и возвышенной лексики. Смысл абстрактных понятий, таких как «Бог», «спасение», «грех», «благо», «зло», раскрывается за счёт их адаптации к повседневным ситуациям, понятным и знакомым адресатам коммуникации. С



другой стороны, повседневные ситуации обобщаются, что в свою очередь позволяет унифицировать всё поле возможных намерений и поступков людей и создать общую религиозную рамку. Часто используется перечисление знаковых для людей событий, которые выступают в качестве объединяющего компонента. Именно поэтому, частное в религиозном дискурсе трактуется как часть общего.

Также нами были определены темы публикаций, посвящённых деятельности Папы Франциска и Патриарха Кирилла (см. таб. 22.).

Таб. 22.

ТЕМА	ПАТРИАРХ КИРИЛЛ	ПАПА ФРАНЦИСК
Миграционный кризис	✓	✓
Украинский конфликт	✓	✓
Терроризм	✓	✓
Однополые браки	✓	✓
Встреча Папы и Патриарха	✓	✓
Папа и политические лидеры		✓
Зарубежные поездки Патриарха	✓	
Аборты	✓	✓
Воспитание молодёжи	✓	
Взаимодействие Церкви и Государства	✓	
Поддержка традиционных христианских ценностей	✓	
Выступления Патриарха на съездах и форумах	✓	
Папа и социальные сети		✓
Священники-педофилы		✓
Положение женщин в Церкви		✓

Как мы видим, СМИ в равной степени освещают деятельность христианских лидеров в международной политике. Есть пересечения и в темах, которые касаются традиционных ценностей: однополые браки, аборт и проблемы современной семьи в целом. Отличие заключается в том, что СМИ, при освещении деятельности Патриарха, делают больший акцент на внутриполитических проблемах, которые интересуют российского читателя. В то время как Папа появляется в материалах, которые связаны со скандалами в Католической церкви. А это интересует не только католиков, но и общественность в целом.

В результате проведённого анализа также можно сделать следующие выводы:

- Папы Франциска представлен в первую очередь как международный лидер.
- Российские СМИ отделяют фигуру Папы Франциска от Католической церкви.
- В большинстве публикаций российских изданий упоминание Святого Престола идёт неразрывно связано с Русской православной церковью.
- Патриарха Кирилла СМИ представляют как религиозного лидера и духовного наставника.
- В российских изданиях не отделяют фигуру Патриарха Кирилла от Русской православной церкви.
- Светские издания используют нейтральную лексику при освещении религиозных тем.

Исходя из указанных выводов, мы можем заявить, что одна из наших гипотез подтвердилась. И Папа, и Патриарх используют стратегии религиозного дискурса при обсуждении политических вопросов. Вторая

наша гипотеза подтвердилась только в отношении Папы Франциска. Потому что исследуемые СМИ формируют образ Патриарха как православного лидера. Это можно объяснить тем, что Папа является не только главой Католической церкви, но и главой Ватикана, поэтому СМИ представляют его как политического лидера.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

### Книги

1. Альтерматт У. Этнонационализм в Европе. М.: РГГУ, 2000. 366 с.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.
3. Афанасьев В. Г. Социальная информация и управление обществом. М.: ЛИБРОКОМ, 1975. 408 с.
4. Бобырева Е. В. Религиозный дискурс: ценности, жанры, языковые характеристики. Волгоград.: Перемена., 2007. 356 с.
5. Богин Г. И. Модель языковой личности в её отношении к разновидностям текстов. Л.: Едиториал, 1984. 217 с.
6. Васильев Л. М. Современная лингвистическая семантика: Учебное пособие. М.: Высшая школа, 1990. 176 с.
7. Винер Н. Человек управляющий. СПб.: Питер, 2001. 288 с.
8. Водак Р. Язык. Дискурс. Поэтика. Волг.: Перемена, 1997. 197 с.
9. Гнатюк О. Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие. М.: Проспект, 2013. 359 с.
10. Гончаров М. Ю. Риторика политической коммуникации // Массовая коммуникация в современном мире / Под ред. Буданцева Ю. П. М.: МГИМО, 1991. 113 с.

11. Грачёв М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: Монография. М.: Прометей, 2004. 328 с.
12. Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация. Благовещ.: БГК, 2000. 308 с.
13. Зонова Т. В. Дипломатия Ватикана в контексте эволюции европейской политической системы. М.: РОССПЭН, 2000. 209 с.
14. Ирхин Ю. В., Зотов В. Д., Зотова Л. В. Политология: учебное пособие. М.: Юристъ, 2002. 511 с.
15. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: УРСС, 2008. 288 с.
16. Карасик В. И. Язык социального статуса. М.: Гнозис, 2002. 333 с.
17. Карлов Ю. Е. Миссия в Ватикан. М.: Международные отношения, 2004. 232 с.
18. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: ЛИБРОКОМ, 2014. 264 с.
19. Кузнецов В.Ф. Интегрированные политические коммуникации в процессе формирования социального государства в современной России: дис. на соиск. учён. степ. к. полит. н. М.: Рос. академ. гос. службы при Президенте Рос. Федерации, 2002. 198 с.
20. Любак А. Мысли о церкви. М.: Христианская Россия, 1994. 312 с.
21. Маркелов К. В. Информационная политика и общественный идеал. М.: Изд-во РАГС, 2005. 274 с.
22. Мечковская Н. Б. Язык и религия. М.: Агенство «ФАИР», 1998. 352 с.
23. Мирошниченко И. В. Политическая культура социально-профессиональных групп: Дисс. канд. полит, наук. Краснодар.: Краснодар. гос. ун-та, 2004. 174 с.

24. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2002. 233 с.
25. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России. Саратов.: Изд-во Саратовского гос. ун-та, 2005. 325 с.
26. Посикера Л. Р. Политическая коммуникация в условиях избирательных кампаний: анализ концепций и технологий. Автореф. дис. на соиск. учён. степ. к. полит. н. М.: Рос.академ. гос. службы при Президенте Рос. Федерации, 1994. 47 с.
27. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук Ваклер, 2006. 651 с.
28. Прохвятилова О. А. Православная проповедь и молитва как феномен современной звучащей речи. Волгоград.: Волгогр. гос. ун-т, 1999. 362 с.
29. Пушкарёва Г. В. Политический менеджмент: Учебное пособие для студентов упр. специальностей вузов. М.: Дело, 2002. 399 с.
30. Соловьёв А. И. Политические коммуникации: Учебное пособие при подгот. специалистов по направлению «Политологи». М.: Аспект Пресс, 2004. 331 с.
31. Целуйко В. М. Психология нетрадиционных религий в современной России. Волгоград.: Прин Терра-Дизайн, 2004. 208 с.
32. Шварценберг Р.-Ж. Политическая социология. Т.1. М.: Российская академия управления, 1992. 459 с.
33. DeutschK. W. The Nerves of Government: Models of Political Communication and Control. London.: Free Press of Glencoe, 1963. 342 p.
34. Gerbner G., Gross L., Morgan M., Signorelli N. Political Correlates of Television Viewing // Public Opinion Quar. Harmondsworth.: Penguin, 1965. 312 p.

35. Lasswell H. The Use of Content Analysis in Studing Social Change // Social Science Information. Stanford.: Stanford University Press,1968. 187 p.
36. Lazarsfeld P. F. On Social Research and its Language. Chicago.: University of Chicago Press, 1993. 287p.
37. Pye L. Political Communication // The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions / Rev. ed. by Vernon Bogdanor. Oxford.: Blackwell Reference, 1987. 441 p.
38. Schramm W. The Nature of Communication Between Humans // Process of Effects of Mass Communication / Rev. ed. by Wilbur Schramm and Donald F. Roberts. Urbana.: University of Illinois Press, 1971. 343 p.

### **Статьи**

39. Арутюнова Н. Д. Аномалия и язык: К проблеме языковой картины мира // Вопр. Языкознания. 1987. №3. М.: Наука, С. 143 –172.
40. Блакар Р. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. СПб.: Питер, 2011. С. 101 – 114.
41. Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе: перспективные направления исследований // Актуальные проблемы теории коммуникации. Спб.: Изд-во СПбГПУ, 2004. С. 253 – 270.
42. Грачёв М. Н. К вопросу об определении понятий «политическая коммуникация» и «политическая информация» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2003. № 4. С. 34 – 47.
43. Грудева Е. В. Религиозная сфера и церковно-проповеднический стиль // Русский язык: история и современное состояние: Материалы

Всерос. науч. конф., посвящ. 90-летию со дня рожд. А.А. Дементьева. Самара.: Изд-во Самарского гос. пед. ун-та, 1999. С. 187 – 197.

44. Дзялошинский И. М. Журналистское сообщество в оценках журналистов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2005. № 5. С. 123 – 141.

45. Крысин Л. П. Религиозно-проповеднический стиль и его место в функционально-стилистической парадигме современного русского литературного языка // Поэтика. Стилистика. Язык и культура: Сб. памяти Т. Г. Винокур. 1996. М.: Наука, С. 135 – 138.

46. Максимов А. М. Институциональные преобразования в избирательной системе Российской Федерации и их влияние на политическую коммуникацию // Науч. вед. Белгород. гос. ун-та. Сер.: Политология. 2011. № 1. Белгород.: НИУ БелГУ, С. 82 – 103.

47. Соловьёв А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. Политические исследования. 2002. № 3. М.: Весь мир, С. 7 – 14.

48. Смолина А. Н. Интертекстуальность как стилевая черта церковно-религиозных текстов // Мир науки, культуры и образования. 2012. № 5. Горно-Алтайск.: Горно-Алтайский гос. университет, С. 57 – 82.

49. Цыганков П.А. Международные процессы в условиях глобализации: проблема эффективной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. 1999. № 4. М.: МГУ, 1999. С. 54 – 68.

50. Шарков Ф. И. Политическая коммуникация в современном информационном обществе // PolitBook. 2012. № 2. М.: НИИ общественных и политических наук, С. 6 – 26.

51. Шеннон К. Э. Математическая теория связи // Работы по теории информации и кибернетике / Пер. Карпов С. М.: ИИЛ, 1963. С. 252 – 275.

52. Урина Н. В. Католическая концепция журналистики // Буржуазные теории журналистики. М.: Мысль, 1980. С. 229 – 237.

### **Словари**

53. Политологический словарь / Под ред. Мигولاتьев А. А., сост. Варывдин В. А. Ч. 1. М.: Луч, 1994. 563 с.

54. The Dictionary of Political Analysis / Eds.: J. C. Plano, R. E. Riggs H. S. Robin. London.: ABCCLio, 1982. 489 p.

### **Электронные источники**

55. Мы – Европа, которая должна показать свое настоящее лицо // Коммерсант.ru 11.02.2017. [Электронный ресурс] URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2805702> . Дата обращения: 12.02.2017.

56. Новым Папой Римским избран Хорхе Марио Бергольо // Коммерсант.ru 13.03.2013. [Электронный ресурс] URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2145534>. Дата обращения: 12.02.2017.

57. Нам нужна цивилизация духа // Российская газета. 15.09.2015. [Электронный ресурс] URL: <https://rg.ru/2015/09/16/a1164846.html> . Дата обращения: 18.03.2017.

58. Новый Папа Римский готов «строить мосты между конфессиями» // Российская газета 14.03.2013. [Электронный ресурс] URL: <https://rg.ru/2013/03/14/papa-site.html> . Дата обращения: 12.02.2017.

59. Патриарх обратился к верующим // Российская газета. 04.05.2013. [Электронный ресурс] URL: <https://rg.ru/2013/05/04/poslanie-site.html> . Дата обращения: 18.03.2017.

60. Патриарх Кирилл: передача Исаакиевского собора РПЦ станет символом примирения // ТАСС 17.02.2017. [Электронный ресурс] URL: <http://tass.ru/obschestvo/4031648> . Дата обращения: 04.05.2017.



61. Патриарх Кирилл: нельзя оставаться безучастными к страданиям сирийского народа // ТАСС. 30.09.2015. [Электронный ресурс] URL: <http://tass.ru/obschestvo/2305032> . Дата обращения: 18.03.2017.
62. Патриарх Кирилл призвал молиться о полном прекращении вражды на Украине // ТАСС. 06.01.2016. [Электронный ресурс] URL: <http://tass.ru/obschestvo/2572924> . Дата обращения: 15.03.2017.
63. Папа Франциск: нельзя говорить, что ислам – это терроризм // ТАСС 01.08.2016. [Электронный ресурс] URL: <http://tass.ru/obschestvo/3500586> . Дата обращения: 12.02.2017.
64. Папа римский призвал отказаться от применения ядерного оружия // Коммерсант.ru 09.08.2015. [Электронный ресурс] URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2785545> . Дата обращения: 17.12.2016.
65. Папа Франциск: Церковь подвержена болезни сеять раздор и смуту // КАТОЛИК.ru 07.09.2015. [Электронный ресурс] URL: <http://www.katolik.ru/vatikan/123120-papa-frantsisk-tserkov-podverzhena-bolezni-seyat-razdor-i-smutu.html> . Дата обращения: 15.02.2017.
66. Папа встретился с президентом Израиля Ривлином // КАТОЛИК.ru 04.09.2015. [Электронный ресурс] URL: <http://www.katolik.ru/vatikan/123097-papa-vstretilsya-s-prezidentom-izrailya-rivlinom.html> . Дата обращения: 18.02.2017.
67. Папа Франциск рассказал участникам Молодёжного Евхаристического Движения, как преодолевать конфликты // КАТОЛИК.ru. 10.08.2015. [Электронный ресурс] URL: <http://www.katolik.ru/vatikan/122926-papa-frantsisk-rasskazal-15-tys-uchastnikam-molodjozhnogo-evkharisticheskogo-dvizheniya-kak-preodolevat-konflikty.html> . Дата обращения: 12.02.2017.
68. Папа римский затронул в Конгрессе США темы семьи, торговли оружием и отмены смертной казни // ТАСС. 24.09.2015. [Электронный

ресурс] URL: <http://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/2289552> . Дата обращения: 26.04.2017.

69. Папа римский приветствовал все народы, представленные на 70-й сессии ГА ООН // ТАСС. 25.09.2015. [Электронный ресурс] URL: <http://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/2291832> . Дата обращения: 26.04.2017.

70. «Политические распри приводят к конфронтации и разделению среди людей, в том числе и связанных общей верой» // Коммерсант.ru. 02.03.2014. [Электронный ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2421635> . Дата обращения: 18.03.2017.

71. Пономарёва Е. Г. Папа Римский как фактор мировой политики [Электронный ресурс] // Сайт МГИМО. 03.01.2014. URL: <http://old.mgimo.ru/news/experts/document245748.phtml> . Дата обращения: 27.04.2017.

72. Слово Святейшего Патриарха Кирилла на V Всемирном конгрессе соотечественников, проживающих за рубежом // Московская Патриархия. 05.11.2015. [Электронный ресурс] URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/4265245.html> . Дата обращения: 18.03.2017.