

Психологическое воздействие

в евангелизационной проповеди*)

Аннотация. Цель статьи – помочь проповедникам понять, как провозглашать Слово Божье, чтобы оно оказывало сильное влияние на людей. Автор рассматривает психологические аспекты евангелизационной проповеди, определяющие результативность ее влияния на слушателей. Неадекватная евангелизация и негативное психологическое воздействие могут оттолкнуть людей от христианства. Показаны позитивные особенности феномена убеждения в проповеди, а также возможные методы манипуляции. Автор делает вывод, что психологическое воздействие должно способствовать работе Святого Духа, но не заменять ее. В эффективной проповеди задействованы все силы и дары проповедника, но решающее воздействие на дух и волю слушателей оказывает Дух Святой. Проповедник сеет, поливает, жнет, но взращивает только Бог.

Ключевые слова: евангелизационная проповедь, психологическое воздействие, когнитивное воздействие, эмоциональное влияние, психологическая манипуляция, Дух Святой в проповеди.

Annotation. The purpose of the article is to assist preachers in proclaiming God's Word in a way that it would have a powerful impact on people. The author discusses psychological aspects of evangelistic preaching that determine the measure of its influence on listeners. Inept methods of evangelistic outreach and negative psychological effects of manipulative preaching can push people away from Christianity. The article demonstrates positive features of the phenomenon of persuasion and possible methods of manipulation. The author's conclusion is that the psychological impact of evangelistic preaching should facilitate the work of the Holy Spirit, not replace it. An effective sermon involves all strengths and gifts of the preacher, but it is the Holy Spirit who produces the most decisive effect on the mind and will of the listener. The preacher plants, waters and reaps the harvest, but only God causes the growth.

Keywords: evangelistic sermon, psychological effect, cognitive impact, emotional effect, psychological manipulation, the role of the Holy Spirit in preaching.

Геннадий Нефёдов, бакалавр богословия (Одесская богословская семинария, Одесса, Украина), магистр служения (Киевская богословская семинария, Киев, Украина), преподаватель Кременчугской евангельской семинарии (Кременчуг, Украина), автор многих статей, переводил с английского языка на русский многие книги и статьи для журнала «Голос Истины» на протяжении 20 лет.

*) Статья отражает краткое содержание бакалаврской диссертации Г. Нефёдова, которую он защитил в Одесской богословской семинарии в 1999 году.

Введение

◆ На рубеже третьего тысячелетия христианская культура европейской цивилизации перестает быть христианской. Не следует наивно предполагать, что Бог без участия благовестников и проповедников воспламенит в людях жажду к Нему. Живое Божье Слово — подлинно живое лишь тогда, когда есть «живые» христиане, которые, как «соль»,осоляют окружающий мир. В каждом человеке есть (часто неосознанная) потребность в Боге, но это не означает, что именно в христианстве люди видят исполнение их духовных чаяний. Существует множество религиозных традиций и потому не просто провозглашение Благой вести, а правильное ее провозглашение может дать результаты.

Неадекватная евангелизация может даже оттолкнуть людей от христианства, которые так и не узнают, какое благо во Христе сокрыто, что это отвечает сокровенным желаниям их души. Например, вполне возможно, что большинство мусульман не чувствуют себя «особо» счастливыми в достаточно деспотической системе ислама. Но много ли они знают о христианстве? Зачастую только то, что в их городе только «христианки» занимаются проституцией. Сказать таким людям, что только христианство несет Благою весть спасения — значит ничего не сказать. Таков результат психологического воздействия отдельных «представителей» христианства. Но гораздо чаще сам проповедник может рубить сук, на котором сидит. Неуместная, непонятная сухая проповедь — также пример негативного психологичес-

кого воздействия на слушателей.

Проповедник должен не только полагаться на действие Святого Духа (часто за благочестивыми фразами скрывается откровенное равнодушие к результатам проповеди), но и спросить себя: «Как моя проповедь влияет на людей? Что я делаю с людьми, когда я проповедую? Манипулирую ли ими, запугивая или заставляю погружаться в сладкую полудрему? Вызываю гнев или умиление, навеиваю скуку или привожу их сердца к сокрушению? Привлекаю ли их к Богу или отталкиваю?»

Проповедь — это не самоцель. Печально осознавать, что очень часто, говоря проповеднику «молодец, хорошая проповедь», люди меньше всего исходят из реального воздействия проповеди на слушателей.

Если бы проповеди оценивались не с точки зрения правил гомилетики, а по силе их влияния на людей, то многие бы «блестящие» проповеди мгновенно «потускнели». Многие методы, советы, указания, которыми изобилует литература, больше ориентированы на «оригеновское» красноречие, чем на реалии сегодняшнего мира. Это происходит из-за упорного нежелания подумать о ценности и конечном результате регулярных речей из-за кафедры.

Цель этой статьи — помочь проповеднику стать на место слушателя с его психологической структурой, способностью воспринимать окружающий мир. Если в жизни христианина церковь играет важнейшую роль, то для нехристиан она — всего лишь одно из реалий большого разнообразного мира. Как неверующий человек отнесется к верующим и об-

ратит ли он на них внимание вообще во многом зависит от адекватного психологического воздействия, оказанного на него.

В конечном итоге, проблема психологического воздействия проповедника на людей — это проблема участия проповедника в работе Святого Духа. Соработник он Богу или помеха — вот в чем вопрос. Об этом евангелист должен помнить и об этом должен молиться.

Несмотря на то, что многие авторы книг по гомилетике редко используют термин «психология» и еще реже «психологическое воздействие», они достаточно часто пишут и о том и другом. Нередко, утверждая, что единственное влияние на человека оказывает Святой Дух, авторы тут же добавляют, что проповедь должна быть произнесена убедительно, эмоционально (with passion), понятно, просто и т.д. Таким образом, вопросы психологического воздействия рассматриваются, но очень фрагментарно.

Библейское обоснование психологического воздействия

◆ Многие пророки, особенно Осия и Иезекиль, воздействовали на людей не только с помощью слов, но и посредством особого поведения, символических действий, которые, буквально, шокировали черствые сердца иудеев. Заслуживает уважения беспокойство Иезекииля о результатах своих пророческих речей, когда он говорит: «О, Господи Боже! Они говорят обо мне: не говорит ли он притчи?» (Иез. 20.49). Пророк Нафан знал психологию ца-

рей, их тенденцию реагировать гневом на прямое обвинение. Он не «просто» сказал Давиду о его грехе, но сделал это особенным образом. Нафан был заинтересован в том какое впечатление (психологическое воздействие) произведут его слова на Давида (2Цар.12.1 -14).

Все притчи Иисуса свидетельствуют о Его заботе о слушателях. Например, Он мог бы просто сказать: «Не заботьтесь о завтрашнем дне». Но эту же истину Господь преподносит в контексте психологического воздействия на воображение слушателей, заставляя их представить полевые лилии, которые «не прядут» и птиц, которые «не сеют» (Мф.6.25-30).

Апостол Павел также был обеспокоен тем, чтобы не «бить руками воздух». Он заявляет, что для иудеев он был как иудей, а для язычников как язычник (1Кор.9.19-21). Если бы Павел не заботился о том, какое воздействие оказывают его проповеди, он бы проповедовал одинаково и иудеям и язычникам. Способность Павла адаптировать истину о Боге к определенной аудитории — в высшей степени похвальна. В Листре, например, апостол, обращаясь к народу, произнес простую проповедь, связанную с нуждами простых земледельцев (Деян.14.15-17). В Афинах же речь Павла носила философский оттенок.

Авторы Священного Писания не дают какой-либо системы психологического воздействия, но все они озабочены тем, *как* провозглашается Слово Божье, достаточно ли эффективно? Христос не просто послал учеников провозглашать Благою весть, но дал им ряд инструкций,

позволяющих сделать психологическое воздействие на людей максимально результативным. Например: ученики не должны были бегать из дома в дом, в поисках более «уютного местечка». Им запрещено было обогащаться (Мф.10.9-11) и др.

Примером эмоционального воздействия служит речь Самуила к народу, в результате которой народ пришел в страх (1 Цар.12.1-18). Молитва Ездры, его сокрушение о грехе иудеев, взявших в жены иноплеменниц, так подействовала на народ, что люди «много плакали» (Езд.10.1).

Пророка можно было изгнать, даже убить, но его невозможно было не слушать, под его речь невозможно было уснуть (как это часто встречается сейчас). Сознание, внимание, восприятие — все было под властью пророка. Он был авторитетом, обладающим способностью заставить людей слушать. И в то же время он не манипулировал людьми, но давал им возможность разобраться в себе, в своем отношении к Богу, к ближнему (Иер.6.16). Такое почтительное отношение к свободной воле человека многими современными лидерами может быть расценено как неправильный метод, ведь оно часто приводило к тому, что люди выбирали непослушание (Иер.6.17). Но принцип не принуждения — подлинно библейский принцип, и о нем всегда должен помнить евангелист, обращающийся к собранию людей.

В Новом Завете проповедь Царствия Божия становится сильным сред-

ством психологического воздействия на людей. Иисус был прекрасным и эффективным проповедником. Нет, наверное, такой речи, обращенной к народу, в которой бы Он не исходил из конкретных нужд людей. Особый интерес представляет Его диалог с самарянкой. Терри^[1] указывает на следующие шаги тактики Иисуса Христа в этой беседе:

1. *Иисус — инициатор беседы.* Понятно, что психологическое воздействие требует инициативы.
2. *Нахождение точек соприкосновения.* Иисус начал речь о том, что было важным для самарянки в тот момент — о воде.
3. *Вызвал интерес.* Говоря о «воде живой», Христос возбуждал любопытство женщины, что представляет собой особый вид когнитивного воздействия.
4. *Наводящие вопросы и удивительные заявления.* Это уже более глубокое когнитивное воздействие, заставляющее думать, размышлять.
5. *Постепенность.* Структура мышления человека требует адаптации к новой информации. Большой разрыв между известным и неизвестным ослабляет когнитивное психологическое воздействие. Поэтому постепенность перехода от простых вещей к более сложным была умело использована Господом.
6. *Не осудил.* Господь сделал так, что самарянка сама себя осудила. Это один из признаков отсутствия всякой манипуляции.
7. *Настойчивость.* Христос, однако, проявлял определенную настой-

[1] Terry J. Evangelism a concise history. Broadman Holman Publishers. Nashville, Tennessee. 1994.

чивость, не позволяя Себя увлечь бесконечными спорами, касающихся религиозной практики самарян и иудеев. Он целенаправленно вел женщину к главному вопросу ее жизни.

8. *Призыв.* Только после того как была проведена психологическая подготовка, Христос открыто заявил: «Я — Мессия. Веруй!». Однако многие современные проповедники проявляют большую самоуверенность, игнорируя такую подготовку.

Главная цель обращения Христа к народу заключалась в сообщении людям истины. Иисус стремился возвестить принципы Царствия Божия массам. Но, с другой стороны, Он не стремился быть лидером толпы, ее вдохновителем или руководителем. Иисус не позволял, чтобы у Него появилась постоянная «своя» большая группа, которая бы представляла какую-то политическую силу. Зная психологию толпы, Он не прельщался ее одобрением, выражением восторженного преклонения и никогда не манипулировал ею, играя на ее чувствах, желаниях. Как только толпа доводила себя до аффекта, Господь оставлял ее (Ин.6.15).

В отношении апостола Павла можно выделить следующие моменты его психологического воздействия. Проповедь Павла язычникам отличалась от проповеди иудеям (1 Кор. 9.19-21). Одно и то же Евангелие возвещалось в разном контексте психологического воздействия. Можно предположить, что психологическое воздействие на иудеев было более когнитивным, так как Писание занимало в их жизни боль-

шое место. Апеллируя к их рассудку, мышлению, Павел пытался доказать, что Христос есть Тот, о Ком писали пророки. На язычников психологическое воздействие принимало, скорей, мотивационно-эмоциональный характер. Часто это выражалось в сопоставлении греховной жизни без Христа со святой жизни со Христом. Павел часто в посланиях касается этого вопроса. Он призывает адресатов вспомнить каковы они были раньше и какими стали теперь (во Христе). Тема великой милости Божией, которая распространяется и на язычников находила в сердцах людей эмоциональный отклик. Язычники радовались (Деян. 13.46-48).

Время миссионерского служения Павла было «полнотой времен». Люди ждали пришествия Мессии. Поэтому Павел стремился донести Благою весть в первую очередь тем, кто был готов к ее принятию. В течение своей относительно недолгой жизни Павел старался «страхнуть дерево со спелыми плодами» как можно сильнее. Вот почему он не тратил время на тех, кто противился Евангелию. Он понимал, что противящиеся Богу требуют специальной подготовки, в том числе и психологической. Нужно заметить, что наше время отличается большим равнодушием к Благой вести, чем во времена апостола Павла.

Многие евангелизационные компании спешат сворачивать свою деятельность в тех местах, где процент обращений очень мал. Не желая работать с населением, такие компании идут туда, где можно «собрать сливки». Но таких мест в наше вре-

мя остается все меньше и меньше. Как и Христос Павел не пытался использовать феномен толпы для провозглашения Евангелия. В Листре он был побит камнями толпой за то, что не «оправдал ее надежд». Он не стал для нее «лидером-богом».

Начиная с новозаветного времени, кроме внешнего нравственного воздействия Бог все больше использует непосредственное влияние на духовную сферу человека. Уже не внешний моральный закон играет главную роль, но внутренний закон, совесть человека. Бог пробуждает экзистенциальную тревогу людей, лишает их покоя, усиливает их потребность в Нем.

Особенности психологического воздействия в проповеди

◆ Под психологическим воздействием можно понимать любое естественное воздействие на человека, которое вынуждает его реагировать на всех уровнях его психофизической структуры. Такое воздействие включает как элементарные ощущения человека, так и глубокое внушение; как воздействие на внешний слой психики человека, так и воздействие на глубинные сферы его душевной жизни.

Восприятие человека, его ощущения, познавательные функции, эмоциональная жизнь, феномен воли, воображение — всем этим занимается психология. Поэтому любое воздействие в этой области можно называть психологическим. Важно понимать, что каждое психологическое воздействие может мешать или способствовать работе Святого Духа. Например, если проповедник будет

постоянно сморкаться, это скорее всего произведет негативную реакцию у слушателей.

Существует два вида психологического воздействия со стороны того, кто воздействует — произвольное и непроизвольное.

Произвольное воздействие — умышленное воздействие, которое можно относительно свободно регулировать, которому можно учиться и которое можно развивать. Оно относится в большей степени к когнитивному воздействию. Эмоциональное произвольное воздействие является обманом и почти всегда аморально (за исключением воздействия на маленьких детей, когда мы принимаем испуганный или грустный вид, чтоб вызвать у ребенка соответствующие эмоции). Когнитивному воздействию нас учат большинство книг по гомилетике, предлагая методику ясного, легко запоминающегося, структурного изложения материала проповеди.

Непроизвольное воздействие относится в большей степени к эмоциональной сфере. Человек, который эмоционально проповедует, не может не вызвать какие-то эмоции у слушателей, даже если бы он этого и не хотел. Эмоциональное воздействие всепроникающее. Вы можете утверждать, что вы не печальны, но ваша печаль передастся близкому человеку против вашей воли. Проповеднику запрещено изображать эмоции, которых нет. В проповеди не должно быть «актерских» жестов, специальной «драматической» интонации в голосе, искусственной слезливости. Однако, непроизвольность эмоционального воздействия не оз-

начает маловажность. Недостаток эмоционального воздействия — это проблема и ее нужно решать. Эмоциональное воздействие не подразумевает только внешнее проявление эмоций.

Проповедник может внешне быть спокойным, но его проповедь станет проникновенной, если ему есть что вложить в свое сообщение: сочувствие, любовь, обеспокоенность и т.д. Нет оправдания черствому сердцу. Решаться проблема должна молитвой и «проблемацентризмом» вместо эгоцентризма. Проблемы других людей должны занять подобающее место в мыслях и в сердце проповедника.

Таким образом, психологическое воздействие можно разделить на когнитивное и эмоциональное. Формула первого воздействия — «заставить» человека что-то воспринять, осмыслить и запомнить. Формула второго воздействия — «заставить» человека что-то почувствовать. Произвольно или непроизвольно, воздействующий как бы заставляет того, на которого направлено воздействие, как-то отреагировать — когнитивно или эмоционально.

Игнорирование проблемы психологического воздействия не означает ее отсутствия. Любой проповедник, хочет он или нет, всегда оказывает определенное воздействие на слушателя (позитивное или негативное). Более того, изучение психологического воздействия показывает нужду в силе Святого Духа. Проповедники потому так часто «благодумствуют», что не знают каким ужасным бывает их психологическое воздействие на людей.

В гомилетике обычно обсуждается два вопроса: «что проповедовать?» и «как проповедовать?». Часто проповедник, понимая важность эффективной проповеди (как проповедовать), все-таки считает, что содержание проповеди важнее. Но здесь кроется коварная ошибка. Важным может быть мысль, идея, но подача проповеди может оказаться до такой степени негодной, что люди получают мало пользы. Когда вводится термин «когнитивное воздействие», границы между «как проповедовать» и «что проповедовать» заметно стираются.

Действительно, содержание проповеди представляет собой ряд понятий, суждений, силлогизмов, которые не выходят за рамки логической структуры речи. Поэтому содержание, которое люди понимают или не понимают, относятся к категории «как проповедовать», (какое когнитивное воздействие мы должны оказывать на слушателей). Только тогда, когда когнитивное воздействие достаточно сильное (люди понимают идею проповеди), можно говорить о том, что «Слово Божие вышло и не вернется тщетным» (Ис.55:11).

Итак, «что говорить» неразрывно связано с «как говорить». Они неотделимы. Во время проповеди Слово Божие не «выскакивает» из проповедника и не «вскакивает» в сердце и разум слушателя. Слово Божия проходит весь сложный путь коммуникации. Необходимо отбросить суеверную спиритуализацию и согласиться, что для спасения людей нужны «живые» свидетели, чтоб Слово Божье было услышано и истолковано (Рим.10.14-17). Конечно, бывает так, что человек без пропо-

ведника может спастись, вникая в Библию сам. Однако чаще для «евнухов нужны Филиппы». Бог нуждается в психологическом воздействии проповедников (воздействующих на мышление и эмоции людей). А иначе можно было бы просто вручить каждому жителю земли Библию и этим решить проблему евангелизации.

ловека «программу веры», так как человек — не компьютер. Только тогда, когда человек испытывает воздействие окружающего мира, Дух Святой начинает действовать на дух человека. Это относится не только к проповеди, но и к таким событиям в жизни человека, как кризис, болезнь, потеря близкого человека и т.д.

Психологическое воздействие проповедника на слушателей будет недостаточным и даже вредным без направляющей силы Святого Духа. Только Дух Святой дает осознание истины на уровне духа, открывает у человека духовное зрение и слух, которыми тот начинает видеть себя «глазами» Бога и слышать Благую весть.

Таким образом, существует синергизм воздействия Духа Святого и проповедника. Этот синергизм не есть что-то параллельное или автономное. Он всего лишь двоякое воздействие Духа Святого на человека. Это, во-первых, непосредственное действие Святого Духа на дух слушателя. Во-вторых, это опосредованное действие Духа Святого, через проповедника и его психологическое воздействие, на тело, душу и, в результате, на дух слушателя. Но чаще всего происходит одновременное воздействие Духа на слушателя непосредственно, и через проповедника опосредованно.

Для того, чтобы сохранить свободу воли слушателя Дух Святой использует психологическое воздействие проповедника. Когда через ощущения (тело) слушатель воспринимает когнитивное и эмоциональное воздействие проповедника и оценивает это воздействие, можно говорить о свободном выборе личности. Дух Святой не желает вложить в дух че-

Итак, когда проповедник психологически воздействует на слушателя, Дух Святой оказывает решающее воздействие на дух и волю человека, касаясь его совести, пробуждая экзистенциальную тревогу (страх смерти, чувство вины, бессмысленности жизни). Проповедник как бы предоставляет Духу Святому материал, с которым Он работает. Иначе земля наполнилась бы людьми, которые не понимали бы «как это вдруг они стали верующими» (т.е. без внутреннего конфликта, осознания вины). Без проповедника человек может ощутить лишь неясную тревогу (действие Святого Духа), но осознать проблему можно только через процесс коммуникации, что подразумевает когнитивное и эмоциональное воздействие проповедника. Так как дух, душа и тело гармонично связаны между собой, воздействие проповедника, хотя и не направленное непосредственно на дух слушателя, «штурмует» дух «снизу», через тело и душу, в то время как

Дух Святой непосредственно воздействует на дух человека «сверху». Джон Стотт, утверждает^[2], что Бог никогда не обещал, что будет действовать через плохую коммуникацию, и поэтому роль Святого Духа не оправдывает: плохую подготовку проповедника, антиинтеллектуализм, неуместность, подавление личности и т.п.

Кэмпбелл Морган писал: «Проповедь — это истина плюс проповедник, через которого эта истина выражена»^[3]. Поэтому, чем хуже истина выражена, тем меньше вероятности, что слушающий познает истину. С другой стороны, всякое психологическое воздействие будет недостаточным и даже вредным без направляющей силы Святого Духа. Только Дух Святой дает осознание истины на уровне духа; открывает у человека духовное зрение, которым тот начинает видеть себя «глазами» Бога; производит лояльность (allegiance) к благой вести. Возрождение, пробуждение человека — это чудо, которое совершает только Бог, используя проповедника. Итак, проповедник сеет, поливает, жнет, но возвращает только Бог (1 Кор. 3.6-7).

Служители Божии, описанные в Библии, хорошо знали душу человека. Многими знаниями о человеке авторы Библии обладали до того, как были вдохновлены Духом Святым (Лк. 1:3). Особый интерес представляют поэтические книги. Из этих книг можно почерпнуть больше психологических знаний, чем из всех книг мира. Иоанн Креститель

хорошо знал людей, хотя и жил долгое время в пустыне. Он видел подлинные мотивы и состояние сердца саддукеев, идущих к нему креститься. Он даже мог предупредить ход их мыслей и поэтому говорил им:

«И не думайте говорить в себе: отец у нас Авраам» (Мк.3.9). Иоанн Креститель знал проблемы мытарей и воинов. На их вопрос «что нам делать» он смог дать уместный ответ (Лк.3.12-14).

Проповедник, не понимающий психологию и нужды людей, служит только себе. Не понимая **что** именно человеку необходимо сказать в данный момент, евангелист может оттолкнуть его от Бога. Когда человека нужно будет ободрить, указывая на любовь Божию, такой проповедник станет угрожать «всеми муками ада», а человеку, которому будет необходима более «жесткая» проповедь, он внушит «ложное успокоение».

Любая весть, в том числе и библейская, может стать средством служения себе, средством развития ораторского искусства, если она оторвана от понимания нужд людей. Ларри Крабб подходит к этой проблеме еще строже, заявляя, что Библия, в отрыве от нужд людей, может стать «кинжалом убийцы». Христиане, по словам Джона Стотта, не должны быть «посетителями и инопланетянами» в этом мире, которые «не от плоти и крови». Джон Стотт видит в воплощении Христа пример для христиан, которые должны «воплотиться» в нужды людей, почувствовать их боль и переживания, как это Иисус почувствовал. Нет ничего хуже провозглашать благую весть «с дистанции».

^[2] Stott J. Christion Mission in the Modern World. Inter Varsity Press. London.1975.

^[3] Кэмпбелл Морган (Campbell Morgan).

Обращение как цель евангелизационной проповеди

◆ Конечной целью психологического воздействия в евангелизационной проповеди является обращение. Об этом постоянно говорят, но обращение нередко путают с другими понятиями. Важно понимать, чем не является обращение.

Джоанс Стэнли предупреждает, что обращение не следует путать с «прозелитизмом»^[4]. Обращение — это нечто большее, чем смена мировоззрения, религиозного убеждения или социальной принадлежности. Прозелитизм — это не только переход из одной конфессии в другую, но и представление о церкви, как «уютной гавани», в которой могут найти пристанище люди, выброшенные из своего социального круга. Дружеский, относительно нравственный «коллектив» церкви привлекает многих. Кроме того, церковь удовлетворяет потребность людей в самовыражении, чувстве значимости и оказывает материальную помощь.

Однако людям нужен Христос в церкви, а не церковь без Христа. Многие проповедники, желая видеть быстрые и ощутимые результаты, занимаются именно прозелитизмом как «вербовкой» новых членов в церковь (точно так же, как это делают лидеры других религий и культов). Психологическое воздействие таких евангелистов направлено на то, чтобы показать все преимущества присоединения к «церковно-социальной единице».

^[4] Stanley E. Conversion. Abingdon Press, New-York, 1952.

^[5] Там же.

Джоанс Стэнли определяет обращение как возведение Христа в центр жизни. Он пишет: «Психологически мы можем отнести обращение к реинтеграции жизни вокруг нового центра, благодаря чему наши конфликты разрешаются»^[5]. Поэтому, если психологическое воздействие проповедника не направляет слушателя ко Христу как к центру его жизни, оно автоматически культивирует эгоцентризм человека, какой бы набожностью и религиозностью этот эгоцентризм ни прикрывался. Если Христос оказывается вне центра душевной и духовной жизни — это несостоявшееся обращение.

Обычно выделяют два вида обращения — эмоциональное и когнитивное. При эмоциональном обращении главную роль играет эмоциональная природа человека. Это не значит, что обращение происходит без участия разума (это было бы манипуляцией). Однако человек довольствуется минимальным количеством информации, необходимой для спасения. Ухватив суть благой вести человек не вникает в богословские тонкости, а просто идет ко Христу. Такой человек интуитивно (экзистенциально) чувствует, что спасение — только во Христе, даже если и не может объяснить почему. Его вера может казаться «нелогичной» другим и даже ему самому. Большинство женщин и детей демонстрируют такой вид обращения.

В свою очередь, интеллектуальный вид обращения не означает полного отсутствия эмоций. Такое просто невозможно. Где нет эмоций — там нет кризиса, хотя внешне человек может казаться спокойным. Этот

путь к Богу может быть долгим, полным сомнений и отпадений, но в результате обращение может принять глубоко осмысленный характер. На такого человека большое впечатление производит «разумность» христианства, «рациональность» веры. Когнитивный вид обращения более приемлем для мужчин.

Обращение происходит через покаяние. Покаяние — это признание («расписка») в своей полной испорченности, греховности и беспомощности в избавлении от греха. Однако покаяние невозможно без осознания вины. В свою очередь, такое осознание возможно только тогда, когда в человеке «разбужена» совесть, которая пробуждается благодаря двум влияниям. Во-первых, благодаря непосредственному действию Святого Духа, Который обличает «мир о грехе» (Ин.16:8). Во-вторых, через опосредованное действие Святого Духа, которое происходит через воздействие проповедника (психологическое, и не только). При этом часто указывается на греховные поступки людей.

Указать на поступок — это мощное средство психологического воздействия. Однако это средство «настолько» сильное, что его «боятся» даже многие верующие. Злоупотребление «юридической» стороной спасения привело к тому, что многие верующие перестали по достоинству ценить поступки. Многие привыкли к абсурдной идее, что якобы спасение не обязательно приводит к добрым делам, которые необходимы лишь для награды (чтоб спастись не

«как головня из огня»), но не для спасения как такового. Писание учит, что вера должна быть истинная и живая. В таком случае не является ли отсутствие добрых дел признаком «мертвой», неспасающей веры? Не об этом ли пишет Иаков? (Иак.2.17). Богу не нужен лишь статус христианина. Ему нужна подлинная перемена жизни. Статус оправдания — всего лишь шанс измениться. Невозможно стать безгрешным, но можно стать таким «грешником» как Павел, Иоанн и многие другие подвижники веры.

Человек может во Христе стать, по крайней мере, таким, чтобы «иметь доброе свидетельство от внешних» (1Тим.3.7). Но многие христиане «впадают в нареkanie» (1Тим.3.2) и поэтому лишены прекраснейшей возможности использовать психологическое воздействие «поступка». Чтобы как-то оправдать себя, многие христиане, не желая видеть в своих поступках «свое отражение» (Мф.7:17,18) «оттеснили» их на «периферию» духовной жизни, видя в них лишь недостойный метод заработать спасение. И это в то время, когда многие секулярные психологи осознали важность «поступка».

На Украине существует психологическая школа^[6], которая поставила «теорию поступка» в центр своей методики. Для представителей этой школы поступок — не показное действие (как у фарисеев), но психологическое действие. Фарисей творит милостыню, чтобы ее видели люди, но как субъект самого себя, он или понимает, что лицемерит, или как субъект «не состоялся», т.е. не осознает своих подлинных мотивов.

^[6] Основи Психології. Под ред. О.В.Киричука и В.А.Роменця. «Либідь». Киев.1996.

Психологический поступок — это поступок субъекта, который осознает свои мотивы. Если мотивы недостойны — психологический поступок разрушителен для человека, даже если внешне он выглядит добрым. Понятие «психологический поступок» очень близко по смыслу к «моральному поступку» Шрейдера. Такой поступок всегда связан с отказом от собственных притязаний ради того, «чтобы сохранить моральное достоинство». Как и моральный поступок, психологический поступок всегда связан с конфликтом мотивов. Ситуация такого поступка требует усилия воли. Если усилие воли направлено на высший мотив, человек «духовно растет», если нет — деградирует. Хотя «психологический поступок» по содержанию шире чем «моральный поступок» (например: «спать целый день или пойти в поход, что труднее, но полезней»), его следствие похоже на результат морального поступка. Это чувство «виноватости» или удовлетворения.

Поэтому очень важно христианам (и в первую очередь проповеднику) пробудить в людях «субъект своих поступков». Люди «смутно» видят себя со стороны, когда издеваются над собственными детьми, изменяют, бьют, калечат и т.д. Часто достаточно одного слова постороннего человека, чтобы человек долго думал о соделанном поступке, стыдясь его. Пока люди не начнут стыдиться своих поступков, они не смогут показаться.

Проповедник должен понимать, что Дух Святой призывает его указывать людям на их грехи. Если проповедник — достойный человек, его «пси-

хологическое воздействие поступка» будет иметь колоссальный успех.

В людях необходимо пробуждать совесть, их способность к саморефлексии и самооценке. Такая способность — дар Божий. Понятно, что люди боятся такого самоосознания, но Бог посылает людям различные болезни, кризисы, воздействует на их ум и совесть и ждет, что проповедник, выйдя за кафедру, «забудет» о своей проповеди и увидит людей, живущих как «куклы», детерминированные внешним миром и забывших о своем «субъекте» внутри них. Грешники «с ничего не выражающими глазами» — все же люди, в которых есть субъект. Они не стадо, но личности, которых можно и нужно спасти.

Поэтому, проповедник должен понимать всю сложность структуры личности и не допускать деперсонализации, которая негативно влияет на психологическое воздействие на слушателей; несмотря на внешнее благополучие сытого и равнодушно-го к Богу общества, у каждого человека, рано или поздно, проявятся признаки конфликта бытия. Необходимо указывать людям на такой конфликт, как на главную причину всех их психологических проблем. Только ответив на свои экзистенциальные нужды, человек может быть счастливым. Решением конфликта бытия является только покаяние, для которого необходимо «пробуждение» субъекта, оценивающего себя и обвиняющего себя. Способность к такой саморефлексии человек получает благодаря действию Святого Духа, влиянию Библии и благовестию.

Феномен убеждения в евангелизационной проповеди

◆ Проповедник не может ограничиваться «пассивным» изложением евангельских истин. Эмоциональность речи, ее «страстность», убедительность показывают, что фактор убеждения присутствует и должен присутствовать в обращении к грешникам. Апостол Павел настойчиво призывал людей ко спасению. Он просил (2 Кор. 5:20), увещевал (2 Кор. 5:20), доказывал (Деян. 9:22). Более того, Павел был уверен, что Сам Бог проводит убеждающую работу через него (2 Кор. 5:20). Иисус Христос, в притче о званых на пир, не отрицает фактора убеждения (Лк. 14:23). Понятно, что психологическое воздействие потеряет свою силу без убеждающего момента. Провозглашение Благой вести будет казаться менее серьезным и заслуживающим доверия, если не будет какой-то настойчивости в речи. Само понятие «призыв» показывает особую роль убеждения. Однако кроме крайности «пассивной» передачи Благой вести существует и другая крайность — излишняя настойчивость, переходящая, под час, в дерзость.

«Разве вы не вынесли бы человека из горящего дома даже против его воли?» — аргументируют свои «агрессивные» действия очень «активные» христиане и действительно «тащат» людей ко спасению, утверждая, что в будущем человек только «спасибо» скажет за то, что его «подтолкнули». Это безусловно крайность, которой быть не должно, но все же настойчивость необходима. Билли Грэм приводит три причины настойчивости в благовестии:

1. Обращение возможно только в этой жизни.
2. Время смерти неизвестно.
3. Отсрочка приводит к ожесточению сердца.

Кроме этих главных причин можно добавить еще несколько сугубо психологических причин. Настойчивость проповедника может интерпретироваться как его убежденность в том, что он говорит. Настойчивость проповедника может быть показателем его подлинной обеспокоенности о гибнущих грешниках. Люди со слабой волей нуждаются как бы в «толчке» в нужный момент. Многие верующие с благодарностью вспоминают настойчивость проповедника, который лично обратился к ним и предложил совершить покаяние. Если человек «психологически» готов покаяться, то настойчивость проповедника не вызовет сопротивления, но, наоборот, подтолкнет его к последнему усилию.

Однако настойчивость может перейти в манипуляцию людьми. Проповедник должен улыбаться не ради внешнего впечатления, но только потому, что действительно рад видеть слушателей и потому он не может не улыбаться. Не должно быть «маленьких, невинных» хитростей. Павел особо подчеркивал важность честности в проповеди (2 Кор. 4.1-2). Можно привести несколько возможных методов манипуляций.

1. Использование феномена «толпы»

Используя специальную технику усиления взаимовнушаемости людей в толпе, проповедник приводит людей в состояние аффекта. Подчиняясь «заразительности» толпы, че-

ловек совершает те же действия, что и другие.

2. «Вопросы-ловушки»

Этот вид «хитрости» основан на предложении человеку таких вопросов, на которые невозможно дать отрицательный ответ. Например, проповедник спрашивает кого-нибудь из толпы: «Правда ведь вы не желаете себе зла и хотите быть счастливыми? Да? Отлично! Кто еще желает подобно нашему другу обрести счастье? Выходите, Христос ждет вас!» Человек, которому был задан вопрос, обычно, вслух не возражает и даже выходит на сцену с проповедником, который объявляет его, человеком «ищущим счастье и нашедшим» его. Проповедник «играет» на отождествлении понятий «хочу быть счастливым» и «хочу стать христианином».

3. Использование «когнитивного диссонанса»

Для этого нужно заставить человека сделать нечто, что вынудило бы его искать оправдание своему поступку. Когда человека «выманили» на трибуну, в нем возникает чувство дискомфорта, когнитивного диссонанса. Это — результат насилия над волей человека, когда то что, он сделал не соответствовало его желаниям. Из-за внутреннего напряжения (когнитивного диссонанса) человек начинает оправдывать свой поступок. Человеку, часто, проще обмануть себя, чем поверить в то, что им манипулируют. На подсознательном уровне меняется установка человека на себя и на свои действия. Он убеждает себя, что вышел на платформу проповедника по собствен-

ной воле, что он этого и хотел. Такой самообман может длиться долгое время.

4. Самопрезентация

Иногда, на «популярном» виде «евангелизации» людям хочется «показать» себя, продемонстрировать свою смелость, оригинальность, произвести впечатление. Невольно или умышленно проповедник может «играть» на этих чувствах, призывая сделать «захватывающий дух» шаг, доказать свою индивидуальность и способность совершать смелые поступки несмотря ни на что.

5. «Нога в дверях»

Этот вид манипуляции широко используется даже в консервативных кругах. Главный его принцип — постепенность. Человека не призывают сделать сразу многое, т.е. выйти вперед и помолиться. Однако проповедники недооценивают склонность многих людей идти на мелкие уступки. Вначале можно задать людям вопрос «хотят ли они быть счастливыми», потом попросить поднять руку, потом попросить их сделать шаг вперед, потом попросить их подойти к трибуне, потом попросить повторить слова молитвы. Большинство из них не согласилось бы выйти и помолиться сразу, но «постепенностью» можно сделать многое.

6. Непроизвольное подражание

Многим людям присуще следовать какому-либо образцу подражания. Проповедники часто используют этот феномен с помощью формулы «хотите ли стать такими как мы?». Это очень «скользкий» вопрос. Проповедник не ставит вопрос: «Хотите

ли вы раскаяться в грехах», ведь это звучит «грубо и негативно». Но совсем «другое дело», указав на улыбающийся хор счастливых христиан (не пьющих, не курящих и не изменяющих женам) спросить «хотите ли стать такими как они». Проповедник как бы призывает людей «позавидовать счастливицам». В наше время индивидуализма, разобщен-

Когда невозрожденный человек чувствует себя «частью» церкви, ему очень тяжело обратиться к Богу с подлинным осознанием своей греховности и вины, ведь все к нему относятся как «к своему», «верующему».

ности, одиночества и изолированности такое общество «счастливиц» притягивает как магнит. Но это не работа Бога.

Непроизвольное подражание верующим, участие в их мероприятиях заглушает чувство вины. Совершив «положенную» молитву (чтоб быть принятым в «христианский клуб»), люди обретают счастье находиться в обществе нормальных людей. Когда невозрожденный человек чувствует себя «частью» церкви, ему очень тяжело обратиться к Богу с подлинным осознанием своей греховности и вины (ведь все к нему относятся как «к своему», «верующему»). Так церкви наполняются «верующими», которые могут совмещать посещение богослужений и игорного клуба. «Привлечение» людей к обществу христиан чаще приводит к имита-

ции, чем к преобразению. С благо-родной целью верующие просят нехристианина быть их пианистом. Потом они к нему «привыкают» как к верующему, а он легко «обучается» молитве (как многие дети верующих). Но в течении всей своей «церковной жизни» такой человек может так и остаться пред Богом всего лишь «пианистом», но не дитем Его. Проповедник не должен «вербовать» людей в церковь, он должен показать им, что без Христа они — погибли.

Таким образом, евангелист должен избегать всяких «хитростей», неправильных методов, психологической манипуляций, потому что:

1. это может привести к ложной надежде на спасение;
2. люди могут следовать за манипулятором, а не за Христом;
3. это приводит проповедника к тщеславию и ставит его в положение «человек — толпа»; к тому же, это разрушает веру самого проповедника — ему кажется, что и другие евангелисты делают то же самое, и что всякая евангелизация «творится» ловким манипулятором;
4. это — проявление неверия в реальную силу Божию, — однако все находится под контролем Святого Духа (Еф.5.18).

Заключение

◆ Проповедник должен учитывать культурные особенности аудитории. В Японии, например, многие «обращения» совершались «из вежливости». Также необходимо учитывать этические принципы. С одной стороны, нельзя проявлять любовь к слушателям «с учетом» их

возможного обращения. Даже если они и не придут в церковь, любовь не должна «испариться». Мы любим людей не для чего-то, а просто любим. С другой стороны, не следует лицемерить, преувеличивая свои чувства к слушателям — это обман.

Необходимо учитывать возрастную психологию людей, различие в полах. Обычно молодые более восприимчивы, но непостоянны. Люди же среднего возраста острее ощущают экзистенциальную тревогу, но черствее сердцем и не спешат «ломать» старые убеждения и мировоззрения. Женщины активней реагируют на эмоциональное воздействие, а мужчины — на когнитивное.

Для усиления эмоционального воздействия проповеднику необходима гармония «центрации и децентрации». Центрация — это способность оставаться собой, а децентрация — умение войти во внутренний мир слушателей, способность к сочувствию к сопереживанию.

Психологическое воздействие должно способствовать работе Святого Духа, но не заменять ее. Для устранения проблем психологического воздействия в евангелизационной проповеди необходимо знать: общую структуру коммуникации и ее проблемы; соотношение психологического воздействия с целью евангелизационной проповеди; психологию личности и ее когнитивные способности; психологию толпы; психологию убеждения. Не должно быть никаких манипуляций или нечестности в психологическом воздействии проповедника. Проблемы возникающие при психологическом воздействии — это проблемы недо-

статочного водительства Святым Духом, признаком чего и есть неадекватное психологическое воздействие; излишняя концентрация на проповеди, а не на аудитории и ее запросах; слабое осознания зависимости от Бога и забвение того, что подлинное обращение — это чудо из чудес.

Литература для дальнейшего чтения

- Крабб Ларри. Как понимать людей. — Санкт-Петербург: «Библия для всех», 1998.
- Лебон Г. Психология масс. — Самара: Изд. дом «Бахрах», 1998.
- Майерс Д. Социальная психология, перевод с англ. — СПб.: Питер Ком, 1998.
- Маритен Ж. Философ в мире. — Москва: «Высшая школа», 1994.
- Мюнсберг Г. «Основы психотехники». — Санкт-Петербург: Изд. «Алетейя», 1996.
- Немов Р.С. Психология. В трех кн. Кн.1. — Москва: Изд. «Просвещение», 1995.
- Основы Психології. Под ред. О.В. Киричука и В.А. Роменця. — Киев: «Либідь», 1996.
- Пакер Д. Познание Бога. — Санкт-Петербург: изд. «Мирт», 1997.
- Шрейдер Ю.А. Этика. — М.: изд. «Текст», 1998.
- Engel J.F. How to communicate the gospel effectively. Africa Christian Press. Achimota, Ghana, W. Africa, 1984.
- Engel J.F. What's gone wrong with the harvest? Zondervan publishing house. Michigan, 1975.
- Fasol A1. A guide to self-improvement in sermon delivery. Baker Book House. Michigan, 1983.
- Feldman R. Understanding Psychology. University of Massachusetts at Amherst. Me Graw — Hill, 1987.
- Grahan Billy. A. Biblical standard for Evangelists. World wide Publications. Minnesota, 1984.
- Green M. Evangelism in the Early Church. St. Nicholas House. Guildford, 1970.
- Rasdorf H. Christian conversion in Context. Herald Press. Scottsdale, Pennsylvania, 1980.
- Myers D. Exploring Psychology. Worth Publishers. Michigan, 1990.
- Spier J.M. Christianity and existentialism. The presbyterian and reformed publishing company. Philadelphia, 1953.
- Stanley E. Conversion. Abingdon Press. New-York, 1952.
- Stott J. Christian Mission in the Modern World. Inter Varsity Press. London, 1975.
- Terry J. Evangelism a concise history. Broadman Holman Publishers. Nashville, Tennessee, 1994.