



003464594

На правах рукописи

Лученко Ксения Валерьевна

**ИНТЕРНЕТ В ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
РЕЛИГИОЗНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ РОССИИ**

Специальность 10.01.10 - "Журналистика"

Автореферат диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

19 МАР 2009

Москва - 2009

Диссертация выполнена на кафедре периодической печати факультета журналистики
Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент
Лукина Мария Михайловна

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
Добросклонская Татьяна Георгиевна
кандидат политических наук, доцент
Легойда Владимир Романович

Ведущая организация: Московский государственный гуманитарный университет
имени М. А. Шолохова

Защита состоится 20 марта 2009 г. в 15³⁰ часов на заседании
Диссертационного совета Д 501.001.07 по журналистике в Московском
государственном университете по адресу:
125009, г. Москва, ул. Моховая д. 9, ауд. 103

С диссертацией можно ознакомиться в Фундаментальной библиотеке МГУ по адресу:
119192, г. Москва, Ломоносовский проспект, 27

Автореферат разослан 20 февраля 2009 г.

Ученый секретарь Диссертационного совета,
кандидат филологических наук, доцент


В. В. Славкин

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

В данной диссертационной работе представлено комплексное исследование информационно-коммуникационной деятельности религиозных организаций в российском Интернете.

Актуальность исследования

Возрождение религиозной жизни, начавшееся в России в последнее десятилетие XX века, хронологически совпало со становлением во всем мире информационного общества и появлением новой информационно-коммуникационной среды – Интернета.

Это совпадение не случайно. По мнению многих западных исследователей, секуляризация была одной из характерных черт индустриального общества, но теперь, в период становления и развития информационного общества, когда этнокультурная – национальная и религиозная – идентичность оказывает все большее влияние на социальные и политические процессы, во многих странах мира начался процесс десекуляризации. Эти две тенденции – незавершившаяся секуляризация и начавшаяся десекуляризация – характеризуют религиозно-общественную жизнь на настоящем этапе.

В России, где долгое время господствовал государственный атеизм, стали активно развиваться религиозные организации и объединения. Приобрели особую актуальность вопросы толерантности, межрелигиозных и межконфессиональных отношений. Параллельно шел поиск новых форм отношений религии и общества, религии и государства.

Одним из центральных вопросов во всем мире становится доступ религиозных организаций к средствам массовой информации и использование СМИ для распространения своего мировоззрения, для информирования общества о своей деятельности.

К началу XXI века в России постепенно складывается система религиозных СМИ, которая объединяет печатную периодику, радиостанции, а также отдельные телеканалы и телепередачи. Особое место в этой системе занимают религиозные интернет-ресурсы.

На сегодняшний день Интернет является одним из основных каналов распространения информации о религии, важной площадкой информационно-коммуникационного обмена внутри религиозных организаций и одним из средств для осознания индивидуумом своей культурной и религиозной идентичности.

Религиозный сегмент Интернета оказывает все большее влияние на религиозную жизнь общества и постепенно занимает в системе религиозных СМИ равноправное место, наряду с печатью, радио- и телевидением. Кроме того, изучение развития СМИ различных религиозных организаций на современном этапе невозможно без исследования интернет-изданий соответствующей религиозной принадлежности.

Надо отметить, что появление и формирование религиозных интернет-ресурсов, происходило одновременно с бурным развитием самого Интернета и

возвращением религии в жизнь общества. Оба эти процесса развивались довольно хаотически, что затрудняет работу исследователей.

Объектом исследования являются интернет-сайты религиозного содержания, расположенные в доменной зоне «ru».

Предмет исследования – специфика различных групп религиозных сайтов, их структурно-функциональные особенности.

Хронологический период исследования ограничен рамками 1996 - первой половины 2008 года. Первые сайты религиозного содержания в доменной зоне «ru» появились в 1996 году. К 2008 приостановился активный количественный рост сайтов религиозного содержания. Основной массив эмпирических данных получен в период 2003 – 2007 годов.

Цель диссертационной работы – проанализировать информационно-коммуникационную деятельность религиозных организаций как субъектов российского интернет-пространства.

В рамках поставленной цели определены следующие **задачи исследования:**

- определить влияние религиозного фактора на развитие современного общества
- определить роль и значение религиозных организаций как субъектов российского интернет-пространства
- выявить социальные функции религиозных ресурсов Интернета
- разработать методiku классификационного анализа религиозных сайтов Рунета
- описать содержательные модели религиозных сайтов Рунета, их жанрово-тематическую структуру
- изучить основные тенденции развития религиозных ресурсов Рунета

Научная новизна. Впервые проведено комплексное и многоуровневое исследование нишевого религиозного сегмента Интернета, охарактеризованы типологические модели данного типа контента, осуществлен анализ структурно-функциональных и жанрово-тематических особенностей сайтов религиозного содержания, выявлены основные тенденции и перспективы развития данного сегмента Рунета.

Степень разработанности исследуемых проблем в научной литературе

Для рассмотрения информационной и коммуникационной деятельности религиозных организаций в Интернете автор обращался как к литературе, анализирующей комплексные проблемы функционирования современных медийных систем, так и к трудам, посвященным различным аспектам использования СМИ религиозными организациями.

Ведущие теоретики информационного общества, такие как Норберт Винер, Герберт Маршалл МакЛюэн, Элвин Тоффлер, Дэниэл Белл, Джон Нейсбит, Юрген Хабермас, Никлас Луман, Жан Бодрийар, Жан-Франсуа Лиотар, Пьер Бурдьё не только создали научную базу для изучения общества нового типа, но и затрагивали в своих работах проблематику взаимовлияния масс-медиа и религии.

Важную роль в изучении информационных процессов в современном обществе сыграли труды отечественных теоретиков в области журналистики - Я.Н. Засурского, Л.М. Земляной, Е.Л. Вартановой, Е.П. Прохорова, М.В. Шкондина, С.М. Гуревича и др.

Особенности функционирования Интернета как информационного канала рассматриваются в работах Я.Н. Засурского, И.Д. Фомичевой, М.М. Лукиной, Л.А. Кохановой, О.В. Смирновой. Вопросы медиаконвергенции широко освещаются в исследованиях Е.Л. Вартановой, И.И. Засурского. Основополагающая работа о социальных функциях Интернета – «Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе» американского социолога Мануэля Кастельса.

Первые исследования религии в пространстве Интернета были опубликованы в середине 1990-х годов. Это работы Дэвида Лочхэда, Стивена О'Лири и других исследователей. В последние годы этой проблематикой занимаются Брэнда Брэшер, Лорн Доусон, Мортен Хойсгаард. Публикации упомянутых европейских и американских ученых были изучены автором при написании первой главы диссертации.

Исследование религиозных ресурсов Интернета невозможно без изучения религиозных средств массовой информации в их историческом и типологическом аспектах. Ведущим отечественным специалистом в этой области является Л.В. Кашинская, автором был рассмотрен ряд ее работ. Свой вклад в разработку типологии религиозных изданий внесли М.И. Пискунова, Н.А. Костикова, О.В. Бакина, Т.Н. Иванова.

Методы исследования

В диссертационной работе для достижения поставленных задач автор использует совокупность методов анализа, обобщения, индукции, синтеза.

С помощью этих методов были обработаны данные, полученные: а) в ходе мониторинга религиозных сайтов Рунета; б) контент-анализа содержания этих сайтов; в) в результате глубинных интервью с экспертами.

Мониторинг более 100 сайтов религиозного содержания был проведен на основе методики изучения интернет-СМИ, разработанной группой исследователей факультета журналистики МГУ совместно с Региональным общественным Центром интернет-технологий (РОЦИТ). Мониторинг был проведен в период с 1998 по 2008 гг. и включал элементы контент-анализа. Для уточнения классификационных параметров религиозных сайтов автор использовал также типологический подход, принятый для изучения традиционных СМИ, особенно печати. Эмпирические данные, полученные в ходе мониторинга, были дополнены глубинными интервью с широким кругом экспертов, занимающихся информационной деятельностью, отражающей религиозную жизнь социума.

Эмпирическая база исследования. В связи со значительным объемом и многоплановостью объекта диссертационного исследования представилось необходимым определить его границы, выборку религиозных сайтов, которые следует включить в рамки исследовательских процедур. В своих решениях мы

опирались на Федеральный закон о свободе совести и религиозных объединениях от 19 сентября 1997 года, в преамбуле к которому сказано, что традиционными религиями для России являются христианство, ислам, иудаизм и буддизм.

Автор ограничил область своего исследования организациями, относящимися к этим четырем религиозным традициям. Термины «религиозные организации» и «централизованные религиозные организации» также использованы автором в соответствии с определениями, данными Федеральным законом о свободе совести и религиозных объединениях от 19 сентября 1997 г.

В связи с очевидным количественным преобладанием на территории России членов Русской православной церкви и степенью разработанности ее информационной политики, а также - количеством сайтов, в десятки раз превосходящем количество сайтов других религий и конфессий (оба тезиса раскрываются соответственно в первой и второй главах работы), в качестве эмпирического материала исследования взяты сайты православных организаций. Однако в тех аспектах, в которых это представляется возможным, подробно рассматриваются и исламские, и иудаистские сайты, а также сайты различных христианских деноминаций.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Религиозные организации широко используют Интернет и онлайн-технологии в информационно-коммуникационной деятельности, направленной на: а) информирование общества о своей деятельности; б) создание и поддержание единого информационного пространства в религиозных общинах в) популяризацию своего учения в разных слоях современного российского общества.
2. Интернет в большей степени, чем другие типы СМИ, соответствует удовлетворению информационно-коммуникационных потребностей религиозных организаций на основе использования специфических свойств Интернета – мультимедийности, гипертекстуальности, интерактивности и трансграничности.
3. Возможность с помощью Интернета создавать и поддерживать горизонтальные социальные связи способствует развитию и информационно-коммуникационному взаимодействию как традиционных религиозных общин, так и неформальных экстерриториальных религиозных групп.
4. Межрелигиозный диалог в Интернете представлен незначительно, члены каждой религиозной организации формируют собственный, чаще всего автономный сегмент Рунета, не связанный с ресурсами других религий и конфессий.
5. В типологической структуре религиозных ресурсов сформированы типы сайтов: по религиозной принадлежности, по характеру учредителя/создателя, по характеру контента и др.

6. Наиболее развитым и превосходящим по охвату аудитории типом сайтов в религиозном сегменте являются сайты средств массовой информации.
7. Перспективное развитие религиозных интернет-ресурсов осуществляется в соответствии с основными тенденциями развития Интернета: медиаконвергенцией и реализацией концепции Веб 2.0.
8. К настоящему времени выработана конвергентная модель информационного освещения крупных религиозных событий, в которой важнейшую роль играет взаимодействие общественно-политических и религиозных онлайн-СМИ

Теоретическая значимость работы заключается в исследовании на российском материале особенностей функционирования религиозных интернет-ресурсов, использования российскими религиозными организациями Интернета для реализации своих информационных и коммуникационных потребностей.

Практическая значимость работы состоит в том, что представленные результаты могут быть применены в научной и учебно-методической работе при комплексном изучении информационной и коммуникационной деятельности религиозных организаций. Также основные положения и выводы данной работы могут быть использованы в практической деятельности интернет-СМИ широкой общественно-политической тематики при освещении проблем, связанных с религией и деятельностью религиозных организаций, и разработке соответствующих рубрик. Кроме того, результаты исследования могут применяться религиозными организациями при формировании или корректировании своей информационной политики и информационно-коммуникационной деятельности.

Выводы и положения диссертации были **апробированы** и реализованы в ходе выступлений автора на научных конференциях, в том числе на конференциях «Журналистика в 2003 году: обретения и потери, стратегии развития», «Журналистика в 2004 году: СМИ в многополярном мире» (январь 2004 и 2005 гг.), XIV и XV Рождественских образовательных чтениях (февраль 2007 и 2008 гг.), электронной научно-практической конференции «Человек. Религия. Интернет», организованной Московским религиозно-научным обществом при участии Философского факультета МГУ имени М.В. Ломоносова.

Основные выводы, научные положения и результаты исследования отражены в опубликованных работах. По теме диссертации опубликовано 8 работ в печатных и электронных изданиях общим объемом 2,9 п.л.

Автор диссертации также является автором справочника «Православный Интернет», выпущенного Издательским Советом Русской православной церкви (первое издание 2004 г., 6 п.л., второе издание, переработанное и дополненное 2006 г. 8 п.л.).

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Структура диссертационного исследования отражает логику теоретического и практического изучения тематической группы интернет-ресурсов.

Во введении намечается общая постановка проблемы исследования, обосновывается актуальность выбранной темы, характеризуется научная новизна диссертации, ее объект и предмет, определяются цели и задачи работы, описываются методологические принципы и методы исследования, его теоретическая и практическая значимость, формулируются положения, выносимые на защиту.

Глава I «Теоретические подходы к исследованию информационно-коммуникационной деятельности религиозных организаций в пространстве Интернета» посвящена анализу деятельности религиозных организаций в Интернете в контексте развития СМИ и общества.

В § 1 «Религия в информационном обществе» дан обзор взглядов зарубежных и российских теоретиков на религиозную сферу жизни современного социума, функционирование религий в условиях становления информационного общества.

Большинство крупных мыслителей второй половины XX века касались в своих работах осмысления социальных трансформаций последних десятилетий, связанных с постоянно растущим влиянием масс-медиа. Большинство из них отмечали и наступление десекуляризации - возрождения влияния религии на индивидуальное и общественное сознание.

Так, Герберт Маршалл МакЛюэн полагал, что образные системы, созданные религиями, обретают новый потенциал в условиях информационного общества. Социолог Элвин Тоффлер также отмечает, что религия в информационном обществе занимает гораздо более важное место, чем в обществе индустриальном. Одна из глав его работы «Метаморфозы власти», в которой описываются изменения, связанные с переходом к обществу нового типа, в различных сферах жизни человечества, носит название «Возрождение религии». На примере исламских и католических лидеров Тоффлер размышляет о том, что религии претендуют на присвоение себе надгосударственной власти, «глобального контроля над умами». Различные религиозные течения в разных государствах демонстрируют тенденцию, которую Тоффлер назвал «отступлением секуляризма», когда религиозный фактор становится все более значимым в первую очередь - в политической жизни, а также - в сфере культуры, в функционировании и взаимодействии общественных институтов, в формировании настроений социума. Тоффлер склонен оценивать эту тенденцию негативно, считая угрозой демократии и «возвратом в темные века».

Религия как общественный институт представляет собой сложную коммуникационную систему. Это отмечали многие исследователи, как религиоведы, так и богословы. Например, британский исследователь информационной деятельности религиозных общин Крис Артур считает, что «любое выражение человеческой религиозности — это неизбежно опосредованное, медийное выражение».

В этом смысле значительную часть деятельности религиозных организаций в обществе можно анализировать с точки зрения функционирования коммуникационных систем. Проповедь, религиозное образование, богослужение и социальная работа суть многообразные акты коммуникации. Неслучайно в европейских языках слово, обозначающее центральное христианское таинство, причастие, или евхаристию (communion) – имеет общий корень со словом «коммуникация», «общение» (communication).

В этом контексте анализ информационной деятельности религиозных организаций приобретает особую значимость. Эксперты – как богословы, так и религиоведы – только начинают изучение проблемы духовных оснований информационного общества, поэтому на сегодняшний день вопросов в этой области больше, чем ответов.

Важно, что и христианство, и ислам, несмотря на то, что это религии, связанные с книгой, с письменным текстом, распространялись в устной форме. Ни одна традиционная религиозная организация, даже когда она была полностью отключена от официальных каналов коммуникации и информации, как это случилось с Русской православной церковью в советский период, не исчезла из общественного сознания. Вероятно, это связано с особым способом религиозного общения. Религиозная организация может использовать любые современные средства информации и коммуникации, но основным, существенным и конституирующим способом коммуникации, как и тысячелетия назад, остается устная коммуникация, непосредственная передача традиции и духовного опыта от человека к человеку.

Необходимо отметить и другую точку зрения: некоторые исследователи полагают, что реалии информационного общества негативно отражаются как на религиозной жизни, так и на самом существовании традиционных религий, потому что в условиях становления информационного общества разрушается основа традиционной религиозности.

В § 2 «Основные характеристики информационно-коммуникационной деятельности религиозных организаций в России» дан анализ религиозных организаций, которые представлены в информационном пространстве страны и проанализирована их медийная деятельность.

Религиозные организации отличаются друг от друга не только вероучением, обрядами и степенью распространенности на территории России, но также административным устройством, принципами взаимоотношений с государством и обществом, другими исторически обусловленными факторами. Эти различия отражаются и на особенностях информационной деятельности. Подробные характеристики основных религиозных организаций, действующих на территории РФ, даны автором в Приложении II. В области обеспечения информационной деятельности, ведения скоординированной информационной политики перед руководством религиозных общин в России стоят задачи разного уровня. Информационное обеспечение десятков тысяч верующих (такова, численность общин некоторых традиционных религий) несравнимо с

информационным обеспечением десятков миллионов (Русская православная церковь).

В электронной справочной системе СМИ России, созданной на базе реестра СМИ Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, в период с 1990 по 2007 года зарегистрировано чуть менее 900 печатных изданий, учредители которых характеризуют их как религиозные или духовно-нравственные. Из них почти 400 относят себя к православию, 15 – к католицизму, около 200 – к различным ветвям протестантизма, 50 – к исламу, по 20 – к иудаизму и буддизму. Религиозный статус остальных не прояснен.

Наибольшую активность в информационной деятельности проявляет Русская православная церковь, которая, кроме печатных, осваивает и другие типы СМИ – радио и телевизионные. Кроме того, Русская православная церковь регулярно проводит мероприятия, направленные на консолидацию православного журналистского сообщества и повышение качественного уровня церковной журналистики. Московская Патриархия издает два общецерковных печатных СМИ, получивших распространение по всей стране – «Журнал Московской Патриархии» и газета «Церковный вестник».

Исламские СМИ сосредоточены в основном в регионах с большим процентом мусульманского населения. В Нижегородской, Оренбургской, Свердловской и других областях, Татарстане, Башкортостане, Чеченской Республике, Ингушетии выходят издания и передачи, информирующие о жизни мусульманской уммы. Единого общероссийского мусульманского издания не существует.

Главной особенностью информационной деятельности еврейских общин в России является их этноцентричность. Все немногочисленные издания посвящены не столько иудаизму как мировой религии, сколько бытованию еврейского народа на территории России, новостям из Израиля, политическим и общественным вопросам. Провести грань между «иудаисткой» и «еврейской» прессой невозможно.

Многочисленные протестантские деноминации издают газеты и журналы, как правило, распространяющиеся среди членов конкретной общины и информирующие о ее жизни. Чаще всего эти издания выходят незначительным тиражом. Существуют протестантские радиостанции и телеканалы.

В целом, несмотря на наличие у многих религиозных организаций средств массовой информации, а также их активное взаимодействие с общенациональными и региональными СМИ общего интереса, ни один медийный канал не освоен ими в той же степени, как Интернет. Именно развитие информационных и коммуникационных ресурсов Интернета стало в последние годы основным направлением информационной деятельности религиозных организаций.

§ 3 «Характер и уровень религиозности граждан России» посвящен анализу религиозного состояния российского общества с целью выяснить, насколько востребована им информация религиозного характера.

Социологические исследования уровня религиозности граждан РФ ведутся более 15 лет, однако однозначных социологических данных о количестве и процентном соотношении приверженцев различных религий в России не существует. В зависимости от используемых методик и критериев исследователи приходят к сильно отличающимся друг от друга итоговым цифрам.

В работе приводятся данные крупных социологических центров, таких как Всероссийский центр изучения общественного мнения, Левада-Центр, Фонд «Общественное мнение», результаты Всероссийской переписи населения 2002 года, исследования специалистов Института социологии РАН, источники внутри религиозных организаций, косвенные свидетельства.

Все приведенные выше исследования, при всем различии подходов, сходятся в одном - лидирующие позиции по количеству приверженцев вероучения занимает Православие. Однако не следует забывать о существующем в российском законодательстве понятии «традиционных религий» (см. преамбулу к Закону о свободе совести), которыми для Российской Федерации являются христианство, ислам, иудаизм и буддизм. Представители религиозных организаций, относящихся к этим религиям, входят и в состав Межрелигиозного совета России – организации, ведущей диалог с обществом и государством от лица подавляющего большинства религиозных общин.

В § 4 «Интернет и его специфические свойства в контексте религиозных коммуникаций» автор определяет роль Интернета в формировании и функционировании информационного общества, а затем выявляет причины, формы и особенности использования Интернета в религиозных коммуникациях. Приведен анализ воззрений американского социолога Мануэля Кастельса на социальный мир Интернета, основанный на поддержании горизонтальных связей между пользователями и создании виртуальных сообществ (комьюнити), что способствует мобилизации пользователей вокруг культурных ценностей, к которым относится и религия.

Религиозные организации используют Интернет более активно, чем другие медийные каналы. Количество и качество интернет-сайтов о религии сопоставимо с ресурсами, составляющими другие тематические сектора Рунета. Необходимо отметить, что религиозного Рунета как целостного явления не существует. Православные, мусульманские, иудейские, протестантские и прочие религиозные сайты составляют отдельные тематические сектора Рунета, каждый из которых прежде всего в силу специфики данной религии и понимания информационной деятельности ее лидерами имеет ряд весьма существенных отличий. Эти сектора не интегрированы между собой и пока нет никаких оснований говорить о том, что такая интеграция возможна в будущем.

В параграфе приведены также результаты глубинных интервью с экспертами в области религиозных коммуникаций, на основе которых диссертантом был сделан ряд заключений.

Интернет является самым органичным для религиозных организаций медийным каналом, так как воспроизводит устную систему коммуникации «от

человека к человеку». Этот канал связи оказывается наиболее адекватен дискурсу, которым пользуются религиозные общины и отдельные верующие.

Религиозные организации используют различные каналы массовой коммуникации не только с миссионерскими целями, но и для своих внутренних потребностей, как один из факторов поддержания целостности организма религиозной общины и его развития, обеспечения необходимой интенсивности информационного обмена.

Сегодня Интернет - один из основных информационных каналов, где появляются и циркулируют новости о религиозной жизни в России. Кроме того, религиозный сегмент Интернета стал основным экспертным ресурсом для журналистов, пишущих о религии, источником справочной информации для публикаций на темы, связанные с религией.

Важнейшая роль, которую играет Интернет в религиозной жизни России, состоит в том, что он является единственной на сегодняшний день площадкой межрелигиозного диалога не на официальном уровне, а на уровне рядовых членов религиозных организаций. В реальной жизни представители разных религий и конфессий достаточно редко встречаются для обсуждений широкого круга вопросов. В Интернете же они вступают в диалог в рамках одного информационного пространства, например, «Миссионерского форума диакона Андрея Кураева».

Интернет способствует трансформации форм выражения религиозности. Благодаря возможности участия в различных интернет-сообществах, верующий человек обретает как бы «вторую религиозную идентичность» - помимо того, что он является членом реальной приходской общины, чаще всего – территориальной или связанной с кругом его общения, он становится членом разбросанного по всему миру сообщества, в котором формируются межличностные связи, ведутся дискуссии по теоретическим и религиозно-общественным вопросам. Часто эта виртуальная жизнь оказывается разнообразнее и больше соответствует духовным и интеллектуальным запросам индивидуума, чем реальная приходская община. В случае с православием и католицизмом, виртуальное сообщество не может заменить человеку участия в церковных службах и таинствах, поэтому он вынужден вести «двойную» религиозную жизнь. Другие же религии более свободно относятся к выполнению совместных обрядов, поэтому, например, стать членом мусульманской общины или приверженцем неопротестантских и восточных культов можно, не отходя от компьютера и никогда не встречаясь с единоверцами в реальности. При этом члены виртуальных интернет-сообществ могут представлять мнения, неприемлемые с точки зрения традиционных религиозных организаций.

При изучении развития религиозных сообществ в Интернете, нельзя обойти стороной тот факт, что миссионерская деятельность традиционных институциональных религий в Интернете гораздо менее эффективна, чем пропаганда новых религиозных движений. Для «старых» религий Интернет является всего лишь еще одним, дополнительным инструментом ведения

миссии, каким когда-то стал печатный станок, в то время как для религиозных и около-религиозных движений, возникших в постиндустриальную эпоху, он является зачастую единственным средством распространения своих идей.

В главе II «Религиозные сайты Интернета: классификация и специфика» представлены результаты комплексного эмпирического исследования религиозного сегмента Рунета, предложены варианты классификации религиозных сайтов.

§ 1 «Обзор религиозных сайтов российского Интернета» посвящен хронологическому описанию религиозного сегмента Рунета, его количественных характеристик. Также в параграфе приведен количественный анализ аудитории религиозных сайтов.

Первые религиозные сайты были посвящены Православию и появились в Рунете в 1996 году. В 1998 году религиозный сегмент насчитывал около 150-ти сайтов, к 1999 году их количество удвоилось, а к 2007 году их число достигло 3000.

Автор приводит данные различных каталогов интернет-ресурсов о количестве религиозных сайтов. В специализированных христианских каталогах числится более 3000 только христианских сайтов, не считая другие религии. В разделах «Религия» крупных интернет-каталогов – «Яндекс», «Рамблер», «Мэйл.ру» - их количество колеблется от 800 до 1700. Тогда как число мусульманских, иудейских и буддийских сайтов по данным каталогов не превышает 100. В целом по количеству сайтов религиозный сегмент находится ближе к середине рейтинга тематических сегментов Рунета.

Серьезного подсчета и качественных исследований аудитории религиозного сегмента Рунета не проводилось. Мы можем опираться лишь на данные открытой интернет-статистики, сайты-рейтинги и интернет-каталоги, а также различные косвенные показатели, позволяющие делать выводы о востребованности аудиторией религиозных сайтов.

Благодаря открытости данных счетчиков и рейтинговых систем, мы располагаем другими методами изучения уровня интереса аудитории к тому или иному тематическому сегменту. К этим методам относится анализ статистики запросов поисковых систем по выбранным ключевым словам, анализ статистики посещаемости сайтов, входящих в сегмент, если возможно – подсчет совокупной аудитории сегмента, опросы посетителей.

Можно сделать вывод о том, что запрос аудитории Интернета на информацию о религии стабилен. Как правило, наибольшим спросом пользуется информация новостного, календарного и культурологического характера, о чем свидетельствует высокая посещаемость текстов о религиозной жизни на сайтах информационных агентств. Посещаемость православных сайтов выше, чем сайтов остальных религий, в целом христианская тематика привлекает больше пользователей, чем темы, связанные с другими религиями.

В § 2 «Классификация религиозных сайтов» посвящен вариантам классификации сайтов по разным основаниям, которые позволяют выявить модели интернет-ресурсов, способствующие реализации

информационно-коммуникационной деятельности религиозных организаций в Интернете.

Первый критерий классификации – религиозная принадлежность сайта. То, к какой религии относится интернет-проект, определяет его тематику и структурные характеристики, служит принципиальным критерием выбора для пользователей. В русскоязычном сегменте Интернета представлены сайты большинства религиозных организаций и групп, зарегистрированных на территории России. Автором предложена схема, в которой религиозные ресурсы Рунета согласно своей религиозной принадлежности делятся на три подгруппы: 1) ресурсы традиционных религиозных организаций, 2) полирелигиозные ресурсы 3) парарелигиозные ресурсы, посвященные духовным поискам вне институциональных религий. Группа традиционных религиозных организаций делится на следующие подгруппы: христианские, исламские, буддийские, иудейские сайты. Группу парарелигиозных ресурсов автор разделил на сайты сект, ресурсы по оккультизму и сайты, посвященные эзотерическим практикам и новым религиозным движениям (НРД).

Вычислить, какую долю от общего числа сайтов религиозной направленности занимает каждая группа и подгруппа довольно трудно, так как практически невозможно установить точное количество сайтов данной тематики (как и любой другой), существующих на данный момент. Однако можно предположить, что на долю христианских ресурсов приходится значительная доля от общего числа религиозных сайтов, далее следуют парарелигиозные ресурсы, относящиеся к эзотерике и новым религиозным движениям (так называемый «ню-эйдж»), примерно одинаковые доли принадлежат иудаизму и исламу, и небольшой сегмент представляют сайты о религиях – религиозноведческие и информационные ресурсы, условно названные автором «полирелигиозными».

Важнейшим показателем уровня вовлеченности религиозной организации и ее членов в интернет-коммуникацию служит количество интернет-представительств ее структур. Наиболее высок этот показатель у Русской православной церкви: из 132 епархий 80 имеют свои сайты. По словам секретаря Межрелигиозного совета России, автора труда «Новейшая история исламского сообщества в России» Романа Силантьева, из 62 мусульманских муфтиятов лишь 12 имеют интернет-представительства. Католических епархий на территории РФ 4, количество католических общин составляет чуть более ста, примерно столько же в Рунете сайтов о католицизме, однако большинство из них – персональные странички мирян-католиков, и только один официальный сайт. Христианские интернет-ресурсы поддаются дополнительной классификации по конфессиональному и деноминационному признакам.

Второй критерий классификации, который можно выделить для религиозного сегмента Рунета – это характер учредителей и создателей сайтов. Принятое разделение интернет-ресурсов по характеру учредителей/создателей – на официальные сайты, внутрикорпоративные и частные, в случае с религиозными ресурсами можно конкретизировать следующим образом:

официальные сайты религиозных организаций, сайты независимых церковно-общественных организаций, сайты частных лиц о религии.

К первой группе относятся сайты, принадлежащие официальным административным единицам. Это может быть патриархат, епархия, синодальный отдел, благочиние, приход, если говорить о Русской православной церкви, духовное управление или мечеть, если говорить об исламе, и т.д. К группе официальных сайтов автор отнес и сайты учебных заведений – духовных семинарий и училищ, медресе, православных и исламских университетов, католических колледжей, йешив. Ко второй группе относятся сайты религиозной тематики, созданные религиозно-общественными организациями. Это может быть братство или община, производственное объединение и т.д. Такие сайты бывают как презентационными (например, сайт паломнической службы), так и коммерческими (интернет-магазин издательства религиозной литературы), и сайтами-СМИ (например, сайт общества «Радонеж» или православно-политический портал «Правая.ру»).

К третьей группе относятся интернет-проекты отдельных верующих – их личные страницы. Такие сайты, как правило, существуют вне сферы общественного внимания, т.к. сделаны своими владельцами как хобби.

Третий принцип, по которому автор предлагает классифицировать религиозные сайты – характер контента. Это один из основных параметров классификации, который зависит от задач, поставленных авторами сайта, его целевой аудитории и функциональных особенностей. По этому признаку религиозные ресурсы могут быть разделены на представительские, информационно-аналитические, библиотеки и справочные ресурсы. Незначительная часть ресурсов не может быть отнесена ни к одной из этих групп и попадает в раздел «другое» (например, сайты социальных сетей).

Информационно-аналитические сайты или онлайн-СМИ являются самыми востребованными пользователями сайтами религиозного сегмента Рунета. Онлайн-издания – наиболее интенсивно развивающийся тип СМИ религиозных организаций, по их количеству и уровню наполнения можно судить об информационном потенциале организации в целом.

К онлайн-СМИ о религии применимы те же критерии классификации, что и к интернет-изданиям общего интереса. Основания для классификации – степень связи с офлайном (электронные версии традиционных СМИ или медиапроекты без офлайновых прототипов), тип контента, предоставляемого пользователям (текст, аудио- или видео), условия доступа к содержанию сайта (платный или бесплатный).

Автором с помощью методики, разработанной группой исследователей факультета журналистики МГУ совместно с Региональным общественным Центром интернет-технологий (РОЦИТ), проведен мониторинг более 100 религиозных сайтов. В таблице, представленной в работе, из них подробно проанализирован 21 сайт, который можно отнести к группе онлайн-СМИ, по следующим критериям: «учредитель и принадлежность», «тип связи с офлайном», «характер контента», «частота обновлений», «вид интерактива»,

«посещаемость в сутки/месяц», «наличие новостной ленты» и «авторство оперативной информации». Наибольшей посещаемостью обладают сайты, публикующие эксклюзивную информацию, предоставленную собственными сотрудниками, вне зависимости от типа контента и других показателей. Основная знаковая система, используемая религиозными СМИ для передачи контента, - текст. Мультимедийность используется слабо.

По тем же критериям и проанализировано 8 полирелигиозных онлайн-СМИ. К светским СМИ о религии применимы иные критерии принадлежности. Их можно разделить на четыре группы – самостоятельные информационные интернет-проекты, созданные специально для освещения религиозной ситуации в стране; сайты организаций, чьей профильной деятельностью являются различные направления религиозно-научных исследований; сайты – приложения о религии к различным СМИ; личные сайты отдельных религиозных деятелей. 7 из 8 полирелигиозных сайтов не имеют офлайн-прототипов, то есть являются исключительно онлайн-СМИ. Результаты представлены в тексте диссертации в таблицах 3 и 4.

В § 3 «Тематические и жанровые характеристики содержания религиозных сайтов» отмечено, что основные тематические и жанровые особенности сайтов в меньшей степени зависят от религиозной принадлежности и в большей - от целевой аудитории, от типа сайта по характеру контента.

Первая группа сайтов – официальные онлайн-СМИ религиозных организаций - рассчитаны на широкую аудиторию. В них объединены функции представительских и информационно-аналитических ресурсов. Основным жанром, используемым редакциями этих сайтов – информационное сообщение или новость. Примерно треть информации подготовлена собственными корреспондентами, остальная отобрана из материалов информационных агентств или экспортирована из других интернет-изданий.

Например, информационное поле, которое охватывают средства массовой информации, занимающиеся производством и распространением новостей Православия в России, состоит из нескольких сегментов: 1) Служение Патриарха; 2) деятельность Синода и синодальных учреждений; 3) Жизнь Церкви в регионах; 4) Отношения Церкви и государства; 5) Взаимодействие Церкви и общества (социальная сфера); 6) Жизнь Поместных Церквей (зарубежное Православие); 7) Отношения Православия и других религий; 8) Праздники годового круга и памятные даты церковной истории.

Аналогична, хотя и несколько упрощена, и тематическая сегментация информационного поля, которое охватывают новости официальных сайтов других религий: деятельность глав организаций и общин, социальная сфера, зарубежные новости, отношения с государством и другими религиями.

Информационные и информационно-аналитические интернет-СМИ религиозных организаций транслируют новостные ленты официальных ресурсов, расширяя их собственной информацией. На этих порталах наблюдается большее жанровое разнообразие. Они ориентированы на широкую аудиторию и созданы с культурно-просветительской, миссионерской целью.

Помимо традиционных, как для печатных СМИ, так и для интернет-изданий жанров – интервью, репортажа, обзорной статьи, рецензии и т.д., здесь встречаются специфические жанры, характерные для религиозной прессы, такие как проповедь, житие. Кроме того, распространены жанры, характерные для интернет-СМИ – мониторинг публикаций в Интернете, обзоры интернет-сайтов.

Анализ контента религиозных сайтов Рунета выявил, что в целом приоритетными тематическими направлениями религиозных интернет-изданий являются различные аспекты культуры (повествования об исторических личностях, рецензии на книги и фильмы, просветительские и аналитические материалы об искусстве, культурных феноменах и тенденциях), семейная жизнь и проблемы нравственности, благотворительность и социальная деятельность.

Полирелигиозные онлайн-СМИ также имеют свои жанровые и тематические особенности. Как выяснилось в ходе мониторинга, новостная лента этих ресурсов покрывает те же сегменты информационного поля, что и лента представительских сайтов религиозных организаций.

Однако, тематика полирелигиозных онлайн-СМИ определяется текущей информационной повесткой дня, которую каждое из них освещает, расставляя акценты в соответствии с концепцией издания.

Глава III «Перспективные направления развития религиозных ресурсов Рунета»

В § 1 «Развитие религиозных ресурсов Рунета в перспективе медиа-конвергенции» религиозный сегмент Рунета рассматривается в контексте доминирующей тенденции развития СМИ – медиаконвергенции.

Конвергенция различных медийных платформ, переход к новым интерактивным медиасистемам – одно из доминирующих направлений развития Интернета и его ресурсов. По мере совершенствования информационных технологий, мультимедийный характер подачи информации, получивший название конвергенции, становится самой востребованной характеристикой интернет-ресурсов. Конвергентные сайты представляют информацию в виде текста, иллюстрации, видеоролика, графической реконструкции (инфографики) и т.д. На данном этапе в основном используются лишь отдельные элементы конвергенции, например, интернет радио- и телевидение, вставки в текст так называемых «виджетов» - небольших видеороликов, использование контента, созданного с помощью мобильного телефона.

Все четыре православных телеканала, существующие на весну 2008 года, осваивают вещание через Интернет. Также в Рунете вещает мусульманский телеканал «Исламский мир» и протестантские каналы «ТБН» («Телеканал благих новостей») и CNL, который создается на Украине и выпускает часть программ на украинском языке. Осенью 2008 года заработал сайт Wwjd.ru – ресурс, ставящий целью объединить все христианские телеканалы.

Особенность конвергенции состоит в том, что размещение видеоконтента не обязательно должно быть основным наполнением сайта, он может иметь вспомогательные функции, дополняя информацию, представленную на сайте. Видеоролики размещают многие религиозные сайты.

Религиозное телевидение в Рунете находится на начальном этапе своего развития. Его актуальное состояние – лишь подготовка к появлению, с одной стороны, цифровых религиозных телеканалов, с другой – полноценных конвергентных сайтов.

Среди религиозных радиостанций, вещающих в Рунете, есть те, которые имеют эфирное вещание, и те, которые вещают исключительно в Интернете.

Кроме того, существуют сайты-коллекторы аудио- и видео-контента. К ним относятся порталы «Предание.ру», «ТВ-Спас» (не имеющий отношения к одноименному телеканалу) и «Россия Православная».

В § 2 «Религиозные ресурсы Рунета и реализация концепции Веб 2.0» рассматриваются религиозные сайты, использующие технологии Веб 2.0, основанные на пользовательском контенте.

Так называемая «Концепция Веб 2.0» разработана президентом издательского дома O'Reilly Media Тимом О'Рейли в 2004 – 2005 годах. Основа Веб 2.0 - users generated content. Наиболее четкое определение этого понятия на русском языке дал один из ведущих российских интернет-менеджеров Антон Носик в своей лекции для слушателей курса «интернет-журналистика» на факультете журналистики МГУ им. Ломоносова в апреле 2006 года: «содержание, создаваемое пользователями с помощью механизмов самопубликации». Для Веб 2.0 характерно, что коммуникативная составляющая преобладает над информационной.

Для исследователей Интернета применение концепции Веб 2.0 целесообразно, т.к. она выявляет общие черты, свойственные таким интернет-сервисам как энциклопедии, созданные на основе приложения Wiki (Википедии), файлообменные сети, хранилища (контейнеры) файлов, структурирование контента с помощью «тэгов» или «меток», а также - наиболее массовые и важные с точки зрения изучения медиа явления – блогосфера и социальные сети. По данным исследований компании Universal McCann, Россия занимает 7-ое место в мире по уровню вовлеченности в технологии Веб 2.0.

Изучение религиозного общения в блогосфере (совокупность блогов) позволяет выявить реальный уровень интереса к религии активных молодых пользователей Интернета, а также проанализировать, насколько члены различных религиозных организаций способны на самоорганизацию, проследить формирование виртуальных общин.

Блогосфера способствует формированию и функционированию виртуальных общин, участники которых, оставаясь членами своих территориальных приходских общин, много времени посвящают знакомствам и дискуссиям в блогах на религиозную тему.

Простое сопоставление общего числа русскоязычных пользователей и количества пользователей, состоящих в религиозных сообществах или указывающих религию в списке своих интересов на сайте, показывает, что общение на религиозную тему не является приоритетом русскоязычных владельцев сетевых дневников.

Однако, если проводить более глубокие исследования содержания постингов, выяснится, что записи о проблемах, связанных с религией, часто попадают на высшие строчки рейтинга записей за определенные сутки и собирают большое число комментариев. Темы, связанные с православными и мусульманскими праздниками неизменно попадают в главные темы дня в разделе «Блоги» поисковой системы «Яндекс».

В целом, характеризуя религиозную составляющую блогосферы Рунета, можно отметить, что православие значительно более активно, чем другие религии. Следует также обратить внимание на самозамкнутость православного и мусульманского сообществ в блогосфере. Как правило, одни и те же полторы-две тысячи пользователи взаимно подписаны на дневники друг друга. Так называемых «тысячников» - авторов блогов, у которых 1000 подписчиков и более, - в описании дневников которых заявлен их религиозный статус и религия является основной темой, на которую они пишут, не больше десятка.

Собственно миссионерской деятельностью в блогосфере и полемикой с представителями других религиозных традиций и скептиками православные, католики и мусульмане занимаются мало. Активность полемики гораздо выше на других интерактивных площадках, например, на полирелигиозном форуме диакона Андрея Кураева.

Межрелигиозные и межконфессиональные дискуссии в блогосфере отличаются гораздо меньшей толерантностью, чем состояние межрелигиозного и межконфессионального диалога на официальном уровне. Нередки случаи ожесточенной полемики и оскорблений как в адрес представителей другой религии, так и в адрес пользователей, не разделяющих религиозные ценности.

Социальные сети – сайты с возможностью формирования своего круга общения в Интернете на основании общих интересов или объединяющих страниц биографии. По данным исследования, проведенного компанией Universal McCann, Россия занимает первое место в Европе по уровню развития социальных Сетей в Интернете, 42% российских пользователей Интернета вовлечены в социальные сети. Самые популярные сайты социальных сетей в Рунете – «Одноклассники.ру» и «В контакте» насчитывают соответственно 22 и 14 миллионов пользователей.

Сотрудники журнала Московской Духовной Академии «Встреча» провели на базе методик Московского физико-технического института статистическое исследование религиозности пользователей социальной сети «В контакте». Большая часть пользователей этого сайта – социально-активная молодежь в возрасте 16-28 лет. Авторы исследования с помощью специально написанной компьютерной программы проанализировали данные анкет, которые пользователи заполняют при регистрации на сайте и которые являются визитной карточкой пользователя в этой социальной сети, то есть представляют данные самоидентификации и самопрезентации пользователя. Выборка составила 54 тысячи анкет. В 60% из них графа «религиозная принадлежность» оказалась пуста, еще 22% указали некий мировоззренческий ориентир, показывающий, что они не являются ни атеистами, ни приверженцами одной из

религиозных традиций. В 9% анкет в качестве вероисповедания указано православие, еще 5% - христианство в целом, 3% - атеисты, 1% - мусульмане и менее 1% - буддисты и иудеи.

Феномен религии в социальных сетях следует отметить по другой причине. IT-аналитики прогнозируют в ближайшем будущем активное развитие нишевых социальных сетей. Сети общего интереса, такие как «LinkedIn», «Facebook», «Одноклассники.ру», «В контакте», снизят темпы роста числа пользователей, а проекты, рассчитанные на более узкие сегменты аудитории, начнут расти. Таким образом, социальные сети, созданные на базе религиозных общин – приходов, джамаатов, молитвенных групп – станут значительной составляющей не только религиозного сегмента, но и Рунета в целом. На сегодняшний день наиболее активны в формировании социальных сетей, объединяющих пользователей по религиозному принципу, российские мусульмане.

В § 3 «Перспективные направления освещения религиозных событий в российском Интернете» прослеживается схема информационного освещения религиозных событий в Интернете, которая сложилась в 2008 – начале 2009 гг.

В 2008 году общественное и медийное внимание к религиозным темам устойчиво возрастало. Эта тенденция находит свое отражение и в публикациях интернет-СМИ. В середине 2008 года интерес к религиозной тематике был связан с проведением в июне 2008 года Архиерейского Собора русской православной церкви, а также празднованием 1020-летия Крещения Руси. В конце года значимым для общества событием стала кончина Патриарха Алексия II, а в начале 2009 гг. – Поместный собор Русской православной церкви, избравший нового Патриарха. Роль этих событий в информационной повестке дня отмечают и социологические исследования, и эксперты. По данным коллектора новостей «Яндекс-новости» в период с 5 по 15 декабря имя Патриарха Алексия упоминалось в 7969 сообщениях и 759 статьях, а в период с 16 декабря по 10 января еще в 1569 сообщениях и 426 статьях.

Объемная картина события, состоящая из информационных сообщений о событии, их видеоиллюстрации и комментариев общественности, формировалась на церковных и общественно-политических информационных сайтах. Проведение крупных религиозных мероприятий показало, что использование Интернета (создание специализированных сайтов и тематических сюжетов на крупных информационных порталах) является базовым элементом в общей программе информационной поддержки события.

Наиболее эффективным является активное использование конвергентных технологий. С этой точки зрения организация информационной поддержки Поместного собора и избрания Патриарха можно назвать уникальным примером конвергентного освещения события в режиме онлайн.

Здесь необходимо отметить следующие основные элементы: *телевизионная трансляция* в эфире велась телеканалом «Вести-24», а в Интернете на сайте агентства «РИА-Новости» и порталом «Патриархия.ру»; *фотографии* размещались на официальном сайте Поместного собора и аккредитованных агентств; *инфографика* была разработана как крупными агентствами ИТАР-

ТАСС и «РИА-Новости», так и редакциями православных онлайн-СМИ; *тексты* готовились преимущественной пресс-службой Патриархии и Поместного собора; *аудиоматериалы* из звуковой дорожки телетрансляции.

Эффективная информационная поддержка Поместного собора и избрания Патриарха стала возможной благодаря тесному сотрудничеству ведущих светских СМИ («Первый канал», ВГТРК, «РИА-Новости», Интерфакс) и собственно религиозных (Пресс-службы собора, в рамках которой работали сотрудники официального и неофициального сайтов Поместного Собора, Службы коммуникации ОВЦС и сайта «Mospat.ru», Пресс-службы Московской Патриархии и портала «Патриархия.ру», Издательского совета Русской Православной Церкви и газеты «Церковный вестник», Московской духовной академии и сайта «Богослов.ру»). Первая группа обеспечила профессионализм подачи информации и технические средства связи, гарантируя максимальный охват аудитории, вторая группа – выверенную информацию, ориентацию в происходящих событиях, справки любой глубины.

Вероятнее всего, такая схема информационного освещения крупных религиозных событий, сложившаяся в 2008 – 2009 гг. будет активно использоваться и развиваться в последующее десятилетие.

В § 4 «Новые модели структурирования контента на примере религиозных сайтов» анализируются изменения в структурировании материала в Интернете и подготовке текстов для Интернета. Прежде всего, речь идет о все более широком использовании гипертекстовой структуры, заменяющей в навигации по сайту жесткую рубрикацию. На современном этапе развития Интернета, стала доминировать одна из функций гиперссылок в структурировании контента сайта – формирование информационных сюжетов. Материалы сайта, иллюстрирующие одно событие или тематическое направление, связываются между собой. Тексты могут принадлежать к разным рубрикам (например, «новости», «комментарии», «документы») и при этом быть связанными в один сюжет. Таким образом, читателю не нужно переходить из рубрики в рубрику, чтобы найти все материалы, относящиеся к нужной теме. Кроме того, один сюжет может объединять материалы, созданные на разных технологических платформах: текстовые, видео- и аудиоматериалы, фотографии. Менеджеры интернет-проектов говорят в таких случаях о создании «объемной пирамиды» представления информации, указывая на преемственность с принципом «перевернутой пирамиды», характерным для традиционных журналистских текстов. «Объемная пирамида» - проявление конвергенции на уровне подачи текстов и структурирования сайтов. Кроме того, отмечается все более частое использование ключевых слов и «облаков тегов» в качестве дополнительной системы навигации. Тексты, подготовленные для Интернета, также отличаются от текстов печатных СМИ по своему объему и основным элементам: «лид» или «врез» сменяется анонсом, который необязательно является первым абзацем текста, а может быть ярким тезисом из его середины или просто броской фразой; для визуального членения текста используются подзаголовки; сокращаются объемы текстов. Эти особенности представления текста на сайте и

навигации используются религиозным сегментом в меньшей степени, чем общественно-политическими интернет-ресурсами.

В Заключении представлены выводы и рекомендации по дальнейшей разработке темы исследования.

В Приложении приводятся справочные материалы, подготовленные автором в процессе работы над диссертацией и иллюстрирующие некоторые положения работы.

По теме исследования автором опубликованы следующие **работы:**

Статьи:

1. Лученко К.В. Религиозный сегмент Рунета. Основные характеристики // Журналистика в 2004 году. СМИ в многополярном мире. Сборник материалов научно-практической конференции. Часть I. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005, с.201-203
2. Лученко К.В. Интернет в информационной деятельности религиозных организаций // Журналистика в 2005 году. Трансформация моделей СМИ в постсоветском информационном пространстве. Сборник материалов научно-практической конференции.– М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2006, с.432-434
3. Лученко К.В. Журналист в блогосфере: за и против // Меди@льманах № 2 (13) 2006, - с.72 -78
4. Лученко К.В. Интернет и религиозные коммуникации в России // Медиаскоп <http://www.mediascope.ru/node/32>, 7 июля 2008 г. №0420800082\0003
5. Лученко К.В. Религия в Интернете: миссия в информационном обществе //Человек. Религия. Интернет. Материалы электронной научно-практической конференции – в печати
6. Лученко К.В. Интернет в системе церковных коммуникаций // Церковь и время №3 (28) 2004 г. – с. 126 - 138
7. Лученко К.В. Блоги: новая корпоративная угроза <http://www.cnews.ru/reviews/free/2005/articles/blog/>
8. Лученко К.В. Интернет по-православному, 16 декабря 2003 г. «Русский журнал» http://www.russ.ru/netcult/20031216_luchenko.html
9. Лученко К.В. Православные создают единое информационное пространство, 5 января 2004 г. Cnews, <http://www.cnews.ru/reviews/articles/index.shtml?2004/01/05/153591>

Книги:

10. Лученко К. Православный интернет. Справочник-путеводитель. М.: Издательский Совет РПЦ, 2004 – 128 с.
11. Лученко К. Православный интернет. Справочник-путеводитель. М.: Издательский Совет РПЦ, 2006 – 184 с.