

Сборник трудов Якутской духовной семинарии. 2022. Вып. 15–16. С. 128–142
Collection of Research Papers of the Yakutsk Theological Seminary. 2022. Issue 15–16. P. 128–142

Научная статья

УДК 27-67:070(470)

DOI: 10.24412/2686-9497-2022-15-16-128-142

КАТАЛОГ «ЦЕРКОВЬ И МЕДИА»: ОБЗОР НАУЧНЫХ РАБОТ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ (1999–2021)

Евгения Евгеньевна Жуковская^{1, 2, 3}

¹ Московская Сретенская духовная академия, г. Москва, Россия, evgeniya.press@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6443-7269>

² Институт государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Россия

³ Общецерковная аспирантура и докторантура им. святых равноапостольных Кирилла и Мефодия, г. Москва, Россия

© Жуковская Е. Е. Якутск, 2022

Аннотация. В данной статье дается социологический срез содержания каталога «Церковь и медиа» (*cerkovmedia.ru*), подготовленный методом контент-анализа 215 текстов на русском языке. Также впервые приводятся сведения о количестве защищенных кандидатских и докторских диссертационных работ и перечисляются изданные за 20 лет монографии, которые расширили предметную область отечественной журналистики посредством такого сегмента, как церковная журналистика, а социологическую науку обогатили исследованиями о медиатизации церковного служения и религиозности современных общественных процессов. Описание каталога позволяет увидеть историческую, культурную, ценностную перспективу и представить портрет автора, обращавшегося к проблематике «Церковь и медиа» в первые 20 лет XXI в. Кроме того, анализ каталогизированных статей дает возможность систематизировать научно-исследовательские работы по теме развития и становления информационной деятельности Церкви в новейший период времени, обозначить сильные и слабые стороны экспертных подходов к информационной политике Церкви.

Создание интернет-платформы «Церковь и медиа» – это гражданская инициатива специалистов по церковным медиакоммуникациям. Ресурс разработан при поддержке международной грантовой программы «Православная инициатива» в ответ на высокий интерес аудитории к данной теме с целью повышения квалификации всех тех, кому интересна проблематика присутствия Церкви и религиозных институтов в публичном поле. Проект призван объединить

специалистов для обмена опытом и создания экспертной медиасреды не только в интернете, но и вне ее.

В статье приводятся его тематические характеристики трудов на русском языке за двадцатилетний период, а также отражена интенсивность издания публикаций по годам, гендерные и региональные данные авторов.

Ключевые слова: Церковь, медиа, информационная политика, церковные медиакоммуникации, образ Церкви в СМИ, религия в информационном пространстве, религия и медиа, церковные СМИ, православные СМИ, история церковной журналистики, церковная журналистика

Для цитирования: Жуковская Е. Е. Каталог «Церковь и медиа»: обзор научных работ на русском языке (1999–2021) // Сборник трудов Якутской духовной семинарии. Якутск, 2022. Вып. 15–16. С. 128–142

Original article

CATALOG “CHURCH AND MEDIA”: REVIEW OF SCIENTIFIC PAPERS IN RUSSIAN (1999–2021)

Evgenia E. Zhukovskaia^{1, 2, 3}

¹ Moscow Sretensky Theological Academy, Moscow, Russia, evgeniya.press@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6443-7269>

² Institute of Public Administration and Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

³ The Ecclesiastical postgraduate and doctoral studies named after Holy Equal-to-the-Apostles Cyril and Methodius, Moscow, Russia

Abstract. This article provides a sociological cross-section of the contents of the catalog “Church and Media” (cerkovmedia.ru), prepared by the method of content analysis of 215 texts in Russian. It also provides for the first time information about the number of dissertations and doctoral theses defended and lists monographs published over 20 years, which have expanded the subject area of national journalism through such a segment as church journalism, and enriched sociological science with research on the mediatization of church ministry and religiosity in contemporary public processes. The catalog provides a historical, cultural, and axiological perspective as well as a portrait of the author who addressed the topic of “Church and Media” during the first 20 years of the 21st century. Besides, the analysis of the cataloged articles gives the possibility to systematize the research works on the development and formation of the Church’s informational activity in the newest period, to designate strong and weak sides of the expert approaches to the informational policy of the Church.

The creation of the Internet platform “Church and Media” is a civic initiative of specialists in church media communications. The resource was developed with the support of the international grant program «Orthodox initiative» in response to the high interest of the audience in this topic in order to improve the skills of all those who are interested in the problems of the presence of the Church

and religious institutions in the public field. The project aims to bring together specialists to exchange experience and create an expert media environment not only on the Internet, but also outside it

Keywords: Church, media, information policy, church media communications, image of the Church in the media, religion in the information space, religion and media, church media, Orthodox media, history of church journalism, church journalism

For citation: Zhukovskaia E. E. Catalog "Church and media": review of scientific works in Russian (1999–2021). *Collection of Research Papers of the Yakutsk Theological Seminary*. 2022. Issue 15–16. P. 128–142

Развитие церковной жизни после тысячелетия Крещения Руси (1988) повлияло на становление разных сторон жизни общества. Речь идет не только об увеличении количества крещеных людей, духовенства, активизации строительства, воссоздания и реставрации храмов и монастырей, но и о появлении на всех уровнях — от муниципального до федерального — церковно-государственных и церковно-общественных программ по самому широкому кругу вопросов. В частности, с процессами, именуемыми церковными историками вторым Крещением Руси, неразрывно связаны со становлением на всем постсоветском пространстве религиозной журналистики. Особая роль здесь принадлежит Русской Православной Церкви, как одному из самых крупных и авторитетных (с точки зрения исторической и культурно-ценностной парадигмы) религиозных институтов для тех суверенных ныне стран, которые некогда входили в Российскую империю.

В 1990 г., когда активно обсуждался проект Закона СССР «О свободе совести и религиозных организациях», Московский Патриархат выступил с заявлением, в котором призвал власти восполнить статью 20 Закона четвертым параграфом следующего содержания: «Религиозные центры, управления и объединения вправе учреждать органы печати и другие средства массовой информации в порядке, установленном Законом о печати и других средствах массовой информации» [1]. По сути, Русская Православная Церковь как представитель традиционных религиозных институтов СССР добивается государственного признания права на свободу публичного действия и права осуществлять информационную политику открыто и масштабно. Это привело к тому, что буквально в течение года — трех лет повсюду стали появляться периодические издания, а также иные средства массовой информации и коммуникации на религиозную тематику. Их создавали, открывали как канонические подразделения Церкви, так и верующие по собственной инициативе или с участием духовенства.

К концу 1990-х гг. рынок этих средств массовой коммуникации исчислялся сотнями медиапродуктов, совокупная аудитория которых

составляла миллионы читателей, зрителей, слушателей. При этом невозможно точно определить количество наименований выпускаемой периодики, поскольку в большинстве случаев она не регистрировалась как средство массовой информации, а выпускалась бессистемно и хаотично.

В это время начинает зарождаться круг тех журналистов и публицистов, которым была интересна религиозная проблематика. Кто-то из них начинает открывать свои издания или делать радио- и телепередачи по теме веры, причем нередко именно вероучительного, катехизического, а не культурологического толка. Кто-то продолжает работать в светских средствах массовой информации, время от времени выпуская публикации по теме религии. Уже в 1991 г. в Санкт-Петербурге на базе местного отделения Союза журналистов России появилась секция христианской журналистики. В секцию входили журналисты, освещающие жизнь не только Русской Церкви, но и католических и протестантских общин России. Основной целью секции было содействовать появлению в СМИ объективной информации о положении христианских конфессий в постсоветском государстве. Секция просуществовала девять лет, последовательно собирая людей, интересующихся христианством и связанных с медиасообществом. Нередко по инициативе ее членов проводились экспертные семинары и круглые столы, по итогам которых в светских СМИ появлялись публикации о жизни христианских общин в новой России.

Однако ни о какой подготовке журналистов, специализирующихся на религиозной проблематике, в те годы речи не велось. Более того, нередко о вере и Боге писали не профессиональные журналисты, а просто верующие, которые в чем-то больше разбирались в церковных вопросах, чем другие «непросвещенные» сограждане. Данный период характерен засилием любителей-графоманов, когда важнее профессионализма ставился критерий воцерковленности. Однако уже к концу 1990-х гг. стало очевидно, что качественную информационную деятельность внутри Церкви нельзя вести, исходя из принципа «воцерковленность против профессионализма». Назрела насущная необходимость готовить специалистов для Церкви. Так при участии религиозных журналистов под эгидой Издательского совета Русской Православной Церкви в Российском православном университете святого Иоанна Богослова создается первый в России факультет церковной журналистики. За двадцать с лишним лет существования он претерпел существенные изменения. В 2010 г., в связи с повышением на государственном уровне требований по организации в России высшего образования, факультет был аккредитован как кафедра журналистики и связей с общественностью, которая в 2016 г. была реорганизована в кафедру филологии и журналистики.

Рубеж XX–XXI вв. стал временем появления первых исследований, посвященных истории церковной журналистики в дореволюционный период, а также осмыслению форматов, жанров и самого факта присутствия Церкви и религиозных институтов в условиях информатизации и медиатизации общества. За 20 лет количество русскоязычных работ, посвященных проблеме «Церковь и медиа», выросло с одной-трех до (в среднем) двадцати в год. И это только тексты, опубликованные в изданиях, входящих в Российский индекс научного цитирования или Высшей аттестационной комиссии при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации (см. диаграмму № 1). До 2021 г. получить данные сведения было затруднительно, нужно было отсматривать такие электронные ресурсы, как «Научная электронная библиотека» (*elibrary.ru*) и «Научная электронная библиотека “КиберЛенинка”» (*cyberleninka.ru*), а до того, как были оцифрованы фонды Российской государственной библиотеки, собирать источники приходилось в архивах при личном посещении главной библиотеки страны.

Диаграмма №1

Количество опубликованных статей (РИНЦ, ВАК)

Diagram No. 1

Number of published articles (RSCI, WAC)



Кроме того, за эти годы состоялись защиты на русском языке как минимум 25 диссертаций по рассматриваемой нами теме: начиная с 2005 г. защищается как минимум одна кандидатская диссертация в год, а в некоторые годы — по три-четыре диссертации, среди которых и труды на соискание докторов наук (см. диаграмму № 2). Сведения об этих исследованиях можно найти в «Электронной библиотеке диссертаций» (*dissercat.com*), открытой в 2009 г. Однако не зная имени автора или не умея сформулировать точный поисковый запрос, пользователь может пропустить важный источник по интересующей его теме.

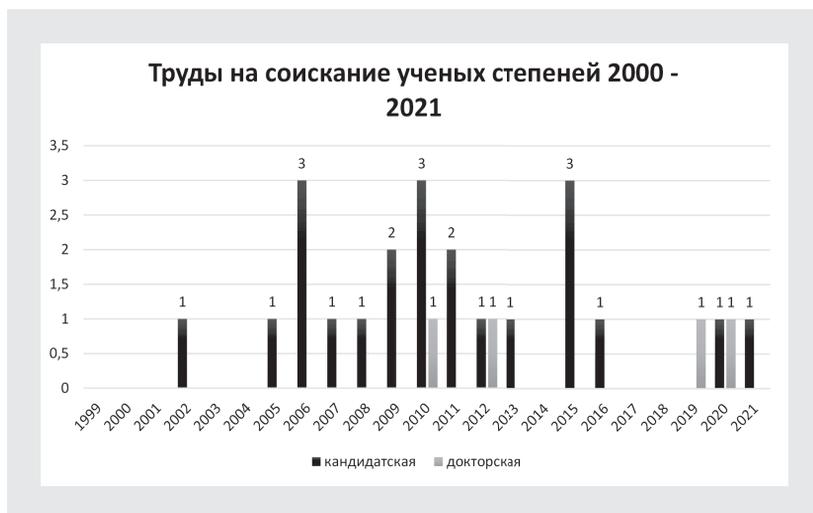
Сопоставив интенсивность публикаций в научных журналах и годы успешных защит диссертаций, можно сделать выводы о взаимосвязи этих процессов. С этой точки зрения годом существенного повышения интенсивности работы исследователей по проблематике «Церковь и медиа» / «Религия и СМИ» можно назвать 2006 г. (вышло в свет восемь трудов). Далее, начиная с 2008 г. и по сей день, количество статей и диссертационных исследований увеличивается, в том числе за счет успешных присуждений с 2010 по 2020 г. степеней докторов наук четверем российским ученым: К. Е. Нетужилов (доктор филологических наук, 2010); М. А. Шахбазян (доктор филологических наук, 2012); В. М. Хруль (доктор филологических наук, 2019); М. В. Новак (доктор филологических наук, 2020).

Диаграмма №2

Труды на соискание ученых степеней 2000-2021

Diagram No. 2

Works for academic degrees 2000-2021



Подготовить предметный анализ трудов по теме «Церковь и медиа», написанных на русском языке за 20 лет, а также узнать пофамильно тех авторов, которые в рассматриваемый период занимались исследовательской деятельностью не просто на уровне публицистов и сторонних наблюдателей, а как представители российской научно-образовательной сферы, сегодня стало возможно благодаря созданию в 2021 г. образовательной интернет-платформы «Церковь и медиа».

Ресурс содержит максимальный на данный момент объем имеющихся научно-исследовательских источников и образовательных программ по теме информационной политики Церкви, активности религиозных институтов в публичном поле, работе церковных и религиозных пресс-служб, выстраиванию взаимоотношений между Церковью и общественностью, средствами массовой информации и коммуникации.

Одна из частей платформы объединила в единый каталог русскоязычные публикации за 20 лет, размещенных в научных журналах и посвященных проблематике «Церковь и медиа», «Связи с общественностью в религиозном институте», «Образ Церкви/православия/верующих в СМИ», «Церковные/православные/религиозные СМИ», «История церковных массмедиа», «Профессиональное образование по профилю “православная/религиозная/конфессиональная журналистика”».

До создания платформы исследователям приходилось тратить немало времени, чтобы найти и проанализировать труды предшественников и современников по рассматриваемой теме. Теперь в одном интернет-пространстве собран свод текстов, который может стать фундаментальным библиографическим хранилищем для тех, кому интересна проблематика присутствия Церкви и религиозных институтов в публичном поле.

Уточнение терминологии: какую журналистику исследуют авторы?

Краеугольный камень любой исследовательской работы — терминологическая точность. От того, что автор определяет в качестве предмета и объекта исследования, зависит вся логика труда. Казалось бы, это базовое правило незыблемо для научной среды. Однако в такой области знания, как «Церковь и медиа», матчасть начинается «плыть».

На данный момент научных школ по данной проблематике в России не сложилось, а внутри сообщества исследователей наблюдается разобщенность. И если в диссертационных работах смысловое ядро обозначено четко, то в статьях оно порой не имеет даже

приблизительных очертаний. Авторы пишут «православные СМИ», а подразумевают «религиозные массмедиа», говорят об образе Церкви, хотя правильнее говорить о контенте церковных каналов коммуникации.

В связи с этим, прежде чем представить результаты контент-анализа научных статей с 1999 по 2021 гг. по теме «Церковь и медиа», важно дать пояснения по тем критериям, которые брались за основу в подсчетах собранных публикаций.

Церковные СМИ (массмедиа, средства массовой коммуникации) — это средства массовой информации, учрежденные каноническими подразделениями Русской Православной Церкви. Это, согласно Уставу Русской Православной Церкви, «входящие в Русскую Православную Церковь автономные и самоуправляемые Церкви, экзархаты, митрополичьи округа, митрополии, епархии, викариатства, синодальные учреждения, благочиния, приходы, монастыри, братства, сестричества, духовные учебные заведения, миссии, представительства и подворья (далее по тексту Устава именуемые “канонические подразделения”», которые «канонически составляют Московский Патриархат» [2, гл. 1, п. 2]. Так или иначе, это официальные каналы коммуникации, даже если они не освещают жизнь Церкви с точки зрения «официоза», например, как это делается в «Журнале Московской Патриархии» или журнале «Епархиальные ведомости Эннской епархии». Одним из ярких примеров официального СМИ, которое аудиторией однозначно не воспринимается как официальное, это телеканал «Спас», принадлежащий Московской Патриархии.

Православные СМИ (масс медиа, средства массовой коммуникации) — это частные средства массовой информации, созданные православными верующими, в том числе при содействии священноначалия, клира и причта, инициативно и на собственные (или привлеченные инвестиционные) средства. Их контент может не отражать официальную позицию Церкви, здесь могут размещаться оценочные материалы, имеющие спорный характер. При этом важно понимать, что мировоззренческие размышления, публицистика, зиждущаяся на православном мировоззрении, не подразумевают осуждения священноначалия или неприятия официальной позиции Церкви по различным вопросам общественной, культурной, политической, экономической, социальной жизни государства и общества. Безусловно, редакция такого массмедиа руководствуется в своей деятельности корпусом канонического права и официальной позицией Церкви, выраженной Поместным и Архиерейским Соборами, Священным Синодом, Патриархом и епархиальным архиереем. Но при этом,

по слову апостола, допускается некоторое разномыслие, то есть размышление относительно церковного служения в современном мире. Примеры подобных СМИ: журнал «Фома», радио «Вера», портал «Приходы».

Конфессиональные СМИ (массмедиа, средства массовой коммуникации) — это средства массовой информации разных христианских конфессий. Использование данного термина допустимо, когда анализируется совокупность христианских изданий, особенно в контексте их мировоззренческого или иного дискурса с атеистическими, секулярными изданиями. Использование термина «конфессия» в значении «религия», «религиозный институт», «религиозная традиция» — широко распространенная ошибка в русскоязычном сегменте, которая встречается как в устной, так и в письменной речи политиков, различных общественных, культурных, научных деятелей, поскольку у людей отсутствует базовое религиозное образование, а догматические и теологические вопросы отнесены к личной, интимной сфере, а также к области необязательного самообразования человека «по зову души».

Религиозные СМИ (массмедиа, средства массовой коммуникации) — это средства массовой информации, выпускаемые религиозными институтами разных религиозных традиций. В научных статьях, посвященных анализу работы Церкви в информационном обществе, нередко словосочетание «религиозными СМИ» используется как синоним православных, реже церковных СМИ. Как правило, понятие религиозный сочетается с теми традиционными религиями, представителей которых на данной территории больше. Например, в России — с православием, в арабских странах — с исламом, в Латинской Америке — с католичеством, в США — с этикой протестантизма, в Израиле — с иудаизмом. В целом под религиозным измерением в социуме сегодня понимаются традиционные духовно-нравственные ценности, в основе которых — базис авраамических религий.

В ряде представленных на платформе «Церковь и медиа» работ изучается рискологичность религиозности, религиозность в дискуссиях СМИ, религиозные традиции в социально-ценностной парадигме социума. В них под религиозностью (и, соответственно, под религиозным контентом, а также каналами коммуникации религиозного мировоззрения) понимается традиционная, консервативная, ультраконсервативная модель развития мира.

Противовесом данным духовно-нравственной ценностной парадигме представляется секулярные основы, нередко воспринимаемые как антирелигиозные.

Масмедийность Церкви и развитие информационной деятельности Церкви в работах исследователей

С 1999 по 2021 гг. в сети интернет найдено 215 научных статей, так или иначе касающихся проблематики церковной информационной работы, становления церковной журналистики, православной прессы, вопросов выстраивания взаимоотношений между Церковью, государством и обществом, духовно-нравственного дискурса в светских СМИ, а также анализа наиболее подходящих для ведения миссионерства методов и инструментов. Больше исследованиями занимаются женщины (147 авторов); мужчин среди авторов или авторских коллективов (некоторые статьи размещены за двумя подписями, иногда это мужчина и женщина) насчитывается 105.

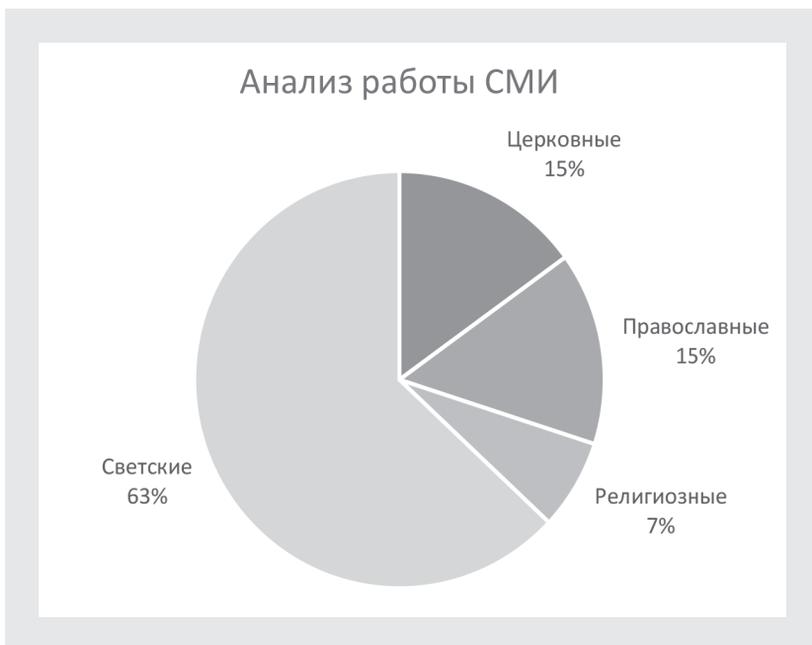
По территориальному признаку статьи делятся следующим образом. Абсолютное большинство публикаций посвящено анализу ситуации в России в целом (78%), при этом в 22% текстах региональный аспект вынесен в заголовок статьи. Вопросам зарубежья (в том числе стран СНГ или русских православных диаспор дальнего зарубежья) посвящено 7% статей. Помимо этого несколько раз встречаются тексты, в которых рассматривается опыт государств, не входящих в зону канонической ответственности Московского Патриархата (например, Болгария, Греция).

Подобная ориентация на изучение темы с уклоном на российскую действительность обуславливается спецификой самого каталога «Церковь и медиа», включающего на сей день статьи на русском языке. Между тем совершенно очевидно, что аспекты религиозного присутствия в медиаполе рассматриваются учеными разных стран, и, безусловно, в научных кругах Белоруссии, Казахстана, Молдавии, Украины, Средней Азии и Прибалтики проводятся исследования не только (теперь уже, пожалуй, не столько) на русском языке, однако эти труды не попали в поле зрения составителей каталога.

Совокупно организация работы церковных, православных, религиозных СМИ рассматривается в 37% публикациях, при этом очевидным образом смешиваются понятия православной и церковной журналистики, которые рассматриваются в одном синонимическом ряду и противопоставляются светским СМИ.

В публикациях о религиозных СМИ поднимаются вопросы религиозных ценностей и деятельности новых религиозных течений (в том числе сект) в массмедиа. Публичность новых религиозных движений отражается в 3% авторских статей.

Диаграмма № 3
Анализ работы СМИ
Diagram No. 3
Analysis of the work of the media



На диаграмме № 3 представлены пропорции публикаций каталога «Церковь и медиа» по сегментам внутри одной ниши — религиозные СМИ. При этом под светскими СМИ понимается все медиаполе: те статьи, в которых автор не анализирует историю становления или содержание исключительно церковных или православных средств массовой коммуникации, но дает общие выкладки по направлениям информационной политики Церкви или реализации миссионерства через медиаинструменты либо затрагивает проблемы корреляции религиозного и цифрового (массмедийного) общества.

В этом контексте небезынтересно распределение внимания исследователей по темам внутри анализа развития информационной деятельности Московского Патриархата. Так, 21% публикаций посвящен истории церковной журналистики с XIX в. по настоящее время (сюда же нами отнесены исследования по истории, подготовленные на основе анализа епархиальных газет). 10% статей затрагивают проблемы миссионерской

работы в условиях информационного общества, а также описывают форматы медиамиссионерства. В 7% текстов речь идет об организации профессионального образования по профилю «православная журналистика» или «конфессиональная журналистика» в современной системе высшего образования Российской Федерации.

Пожалуй, одной из самых актуальных в блоке «Церковь и медиа» на протяжении этих двадцати лет можно назвать тему «образ Церкви в СМИ» и тему приемлемости православных ценностей через анализ СМИ. Этим темам посвящено 25% всех публикаций. Дополняют их 12% статей о религиозности социума, религиозных институтах и религиозном дискурсе, а также 5% публикаций о влиянии Церкви на государство и политические процессы. Кроме того, в 10% текстов говорится о методологии выстраивания взаимоотношений между Церковью и общественностью, насколько эти технологии используются в миссионерской, иной публичной, в том числе информационной работе.

В последние четыре года стало появляться больше исследований, в которых медийность Церкви рассматривается через призму социальных сетей. Изучается характер и форматы ведения диалога священнослужителя и аудитории в социальных сетях, описывается практика церковной миссии («медиапастырства») в конкретных социальных сетях, а также анализируется эффективность блогерства священников с точки зрения религиозного просвещения тех, кто в реальную Церковь (в конкретный приход, к священнику офлайн) не пойдет, в том числе и в силу собственных мировоззренческих и эмоциональных установок, сформированных под влиянием образа Церкви и священников средствами массовой информации.

Завершая обзор материалов, имеющих научную ценность и перспективность для становления такой области знания, как история русскоязычной религиозной журналистики, нельзя не упомянуть несколько монографий, охватывающих проблематику «Церковь и медиа». Их за 20 лет вышло существенно меньше, чем статей, и значительно меньше, чем защищенных диссертаций. В то же время с точки зрения фундирования именно эти работы представляют золотой фонд библиографии, позволяющий создавать большое количество новых исследований и искать новые подходы к анализу церковной действительности через призму самых разных наук.

По состоянию на 2021 г. через поисковые запросы в интернете и мониторинг фонда Российской государственной библиотеки найдено 12 изданий. Большая их часть фокусируется на истории церковной журналистики: «Начало православной публицистики: библия, апологеты, византийцы» (Р. В. Жолудь, Воронеж: Воронежский государственный

университет, 2002); «Современная православная журналистика России» (О. В. Бакина, Киров: КФ МГЭИ, 2003); «Печать Русской Православной Церкви в XX веке: очерки истории» (А.Н. Кашеваров, СПб.: Роза мира, 2008); «Печать Русской Зарубежной Церкви» (А. Н. Кашеваров, СПб.: Роза мира, 2008); «Церковная периодическая печать в России XIX столетия» (К. Е. Нетужилов, СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2008); «История церковной журналистики в России XIX — начала XX века» (К. Е. Нетужилов, СПб.: РХГА, 2009); «Церковная журналистика: история и современность» (Е. Г. Позднякова, Курганский государственный университет, 2010); «Образы и типы православного духовенства в русской журналистике XIX–XX века» (А. Ш. Бик-Булатов, СПб.: Дмитрий Буланин, 2018).

Вторую часть монографий можно объединить темой религиозности современного общества и влияния информации на жизнь такого социального института, как Церковь. Единственным изданием на подобную тему, вышедшим в начале нулевых годов XXI в., стал коллективный труд «Религия в информационном поле российских СМИ» (С. А. Джевахашвили, Л. В. Кашинская, Л. А. Круглова, М. М. Лукина, А. В. Матвеева, Л. Л. Реснянская, М.: МГУ им. М. В. Ломоносова, факультет журналистики, 2002). Остальные монографии появились в период с 2012 по 2018 гг.: «Религия, масс-медиа и представления о Боге в современной России» (В. М. Хруль, LAP Lambert Academic Publishing, 2012); «Мелолойный дискурс как информационный медиум в системе публичных коммуникаций» (А. А. Романов, Г. А. Ульянич, М., Тверь: Тверская ГСХА, 2014); «Информационные риски и информационная политика Церкви XXI века» (Е. Е. Жуковская, М.: ИК «Просветитель», НИС «Среда», 2018).

Проблема выпуска новых монографий очевидно связана не столько с отсутствием авторов, способных написать и подготовить к печати фундаментальный труд, сколько с финансовыми ограничениями, которые в последние восемь лет стали непреодолимым препятствием на пути выживаемости небольших, частных и государственных издательств, которые, как правило, и занимались популяризацией российской науки. Порой единственной возможностью отпечатать тираж учебно-методической и научной литературы становится получение грантовой поддержки со стороны государства или заинтересованных некоммерческих организаций. Также нередко спонсорами изданий становятся сами авторы, если они смогли найти инвесторов под свою научную разработку. Однако такая сфера, как гуманитарная наука, а в ней весьма специфический сегмент религиозной журналистики, мало для какого привлекателен с точки зрения финансовой поддержки. Здесь все держится на исследовательском альтруизме и личной заинтересованности ученого.

В течение 20 лет в Российской Федерации появилось свыше 250 авторов, в разные годы своей жизни занимавшихся проблематикой «Церковь и медиа». Для узкоспециализированной ниши это немало, и это значит, что в российских научных школах по всей стране сегодня трудятся те, кому интересна проблематика присутствия Церкви и религиозных институтов в публичном поле. Создание образовательной интернет-платформы «Церковь и медиа» (*cerkovmedia.ru*) и наполнение каталога статьями, авторефератами диссертаций, описаниями монографий и в будущем выпускных квалификационных работ высших учебных заведений — это гражданская инициатива ученых и экспертов по церковным медиакоммуникациям. Данный проект призван объединить специалистов для обмена опытом и создания научно-образовательной медиасреды не только в интернете, но и вне его. Обновление каталога продолжается, новые публикации появляются на интернет-платформе каждые четыре – пять месяцев.

Список источников

1. Заявление Поместного Собора Русской Православной Церкви в связи с публикацией проекта Закона СССР «О свободе совести и религиозных организациях» (7-8 июня 1990) // Официальный сайт Московского Патриархата «Патриархия.ru». URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/525413.html> (дата обращения: 08.03.2022).
2. Образовательная интернет-платформа «Церковь и медиа» // Интернет-сайт <https://cerkovmedia.ru/> Каталог научных работ по теме «Церковь и медиа». URL: <https://cerkovmedia.ru/books/> (дата обращения: 08.03.2022).
3. Устав Русской Православной Церкви // Официальный сайт Московского Патриархата «Патриархия.ru». URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/133115.html> (дата обращения: 08.03.2022).

References

1. *Zaiavlenie Pomestnogo Sobora Russkoi Pravoslavnoi Tserkvi v sviazi s publikatsiei proekta Zakona SSSR «O svobode sovesti i religioznykh organizatsiiah» (7-8 iunია 1990)* [Statement of the Local Council of the Russian Orthodox Church in Connection with the Publication of the Draft Law of the USSR «On Freedom of Conscience and Religious Organizations» (June 7–8, 1990)]. Patriarchia.ru. Available at: <http://www.patriarchia.ru/db/text/525413.html> (date of access: 03.08.2022).
2. *Obrazovatel'naya internet-plaforma «Cerkov` i media* [Educational Internet platform «Church and media»]. Internet site <https://cerkovmedia.ru/> / Catalog of scientific works on the topic «Church and media». URL: <https://cerkovmedia.ru/books/> (accessed: 08.03.2022).
3. *Ustav Russkoi Pravoslavnoi Tserkvi* [Charter of the Russian Orthodox Church]. Patriarchia.ru. Available at: <http://www.patriarchia.ru/db/text/133115.html> (date of access: 03.08.2022).

Информация об авторе

Жуковская Е. Е., кандидат социологических наук, лауреат Макариевской премии (2018), доцент кафедры церковно-практических и общегуманитарных дисциплин Сретенской духовной академии, преподаватель факультета журналистики Института государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, преподаватель Общецерковной аспирантуры и докторантуры им. св. Кирилла и Мефодия.

Information about the author

Zhukovskaya E. E., Candidate of Sociological Sciences, winner of the Makariev Prize (2018), Associate Professor of the Department of Church-Practical and General Humanitarian Disciplines of the Sretensky Theological Academy, lecturer at the Faculty of Journalism of the Institute of Public Service and Management of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, lecturer at the St. Cyril and Methodius.

Статья поступила в редакцию 21.03.2022; одобрена после рецензирования 12.04.2022; принята к публикации 20.04.2022.

The article was submitted 21.03.2022; approved after reviewing 12.04.2022; accepted for publication 20.04.2022.