Религия в информационном обществе
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.

Основные характеристики информационно- коммуникационной
деятельности религиозных организаций в России
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. 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.

Интернет и его специфические свойства в
контексте религиозных коммуникаций
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. Православныe, мусульманскиe, иудейскиe, протестантскиe 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.
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 - однин 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 всего миру сообщества, в котором формируются межличностные связи, ведутся дискуссии по теоретическим и религиозно-обществен ым 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.