

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ВНЗ УКРАЇНСЬКИЙ КАТОЛИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ЛЬВІВСЬКА ДУХОВНА СЕМІНАРІЯ СВЯТОГО ДУХА**  
**ФІЛОСОФСЬКО-БОГОСЛОВСЬКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**  
Кафедра пасторального богослов'я

Магістерська робота

**РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ В ПАСТОРАЛЬНОМУ**  
**СЛУЖІННІ УГКЦ В УКРАЇНІ ВПРОДОВЖ 2007-2017 рр.**

Студент 6-го курсу: Роман Стойко  
Науковий керівник: п. Михайло Перун  
доктор наук соціальних комунікацій

Львів 2018

## СПИСОК СКОРОЧЕНЬ

ВНЗ – вищий навчальний заклад;

ЗМІ – засоби масової інформації;

ЗМК – засоби масової комунікації;

ОБСЄ – Організація з безпеки і співробітництва в Європі;

РІСУ – Релігійно-інформаційна служба України;

СРСР – Союз Радянських Соціалістичних Республік;

УАПЦ – Українська Автокефальна Православна Церква;

УГКЦ – Українська Греко-католицька Церква;

УРКЦ – Українська Римо-Католицька Церква;

УПЦ КП – Українська Православна Церква Київського Патріархату;

УЦХВС – Українська Церква Християн Віри Євангельської;

ФСБ (РФ) – Федеральна Служба Безпеки Російської Федерації.

## **Зміст**

<b>ВСТУП.....</b>	<b>5</b>
<b>РОЗДІЛ I.....</b>	<b>10</b>
<b>АКТУАЛЬНІСТЬ ПАСТОРАЛЬНОГО ІНТЕРНЕТ-СЛУЖІННЯ В СЬОГОДЕННІ.....</b>	<b>10</b>
<b>1.1 Роль та можливості Інтернету в житті сучасної людини. ....</b>	<b>10</b>
1.1.1 Переваги Інтернету .....	14
1.1.2 Виклики Інтернету.....	15
<b>1.2 Ставлення і побажання Католицької Церкви щодо пасторального служіння в Інтернеті .....</b>	<b>22</b>
1.2.1 Інтернет – важливий інструмент для голошення Євангелії.....	24
1.2.2 Інтернет – спосіб єднання .....	27
1.2.3 Інтернет на служінні родині та вихованні молоді .....	31
1.2.4 Права та обов’язки передавачів і сприймачів .....	35
1.2.5 Погляд УГКЦ на розвиток пасторального Інтернет-служіння .....	39
<b>РОЗДІЛ II.....</b>	<b>42</b>
<b>РЕАЛІЇ ПАСТОРАЛЬНОГО ІНТЕРНЕТ-СЛУЖІННЯ УГКЦ В УКРАЇНІ ПРОДОВЖ.....</b>	<b>42</b>
<b>ОСТАННІХ ДЕСЯТИ РОКІВ.....</b>	<b>42</b>
<b>2.1 Релігійні сайти та Інтернет-програми.....</b>	<b>45</b>
2.1.1 Офіційні сайти УГКЦ .....	46
2.1.2 Універсальні духовно-культурні сайти .....	47
<b>2.2 Інтернет – як канал трансляції (поширення) інших ЗМК УГКЦ .....</b>	<b>47</b>
2.2.1 «Живе ТБ» (zhyve.tv).....	48
2.2.2 Радіо «Воскресіння» (reradio.com.ua) .....	48
2.2.3 Друковані видання .....	49
2.2.4 Мобільні додатки.....	51
2.2.5 Екуменічна праця в Інтернеті .....	52
<b>2.3 Співпраця зі світськими сайтами та цифровими програмами .....</b>	<b>53</b>
2.3.1 Соціальні мережі, програми миттєвих повідомлень і блоги як персональна журналістика та канали душпастирства.....	55
<b>2.4 Актуальні виклики перед пасторальним служінням в Інтернеті.....</b>	<b>60</b>
2.4.1 Інформаційний безлад та безвідповідальність .....	60

2.4.2 Брак якості комунікації, відповідних кадрів та матеріального забезпечення .....	63
2.4.3 Своєрідні правила інтернет-простору.....	66
2.4.3.1 Інтернет як стиль життя.....	66
2.4.3.2 Рейтинг та зв'язки з громадськістю .....	68
2.4.3.3 Секуляризація, егоїзм та аморальність .....	71
<b>РОЗДІЛ III .....</b>	<b>74</b>
<b>ПЛАН РОЗВИТКУ ПАСТОРАЛЬНОГО ІНТЕРНЕТ-СЛУЖІННЯ УГКЦ НА ОСНОВІ ДОКУМЕНТУ.....</b>	<b>74</b>
<b>«AETATIS NOVAE» .....</b>	<b>74</b>
3.1 Головні акценти про медійне пасторальне служіння в документі «Aetatis novae» .....	75
3.2 Завдання для подальшого розвитку пасторального Інтернет-служіння в УГКЦ.....	77
3.2.1. Організувати центри медіаграмотності.....	81
3.2.2. Розпрацювати правила користування Інтернету та християнський етикет .....	84
3.2.3. Працювати над розвитком громадської думки, міжконфесійної та фінансової підтримки .....	89
3.2.4. Визначитися з платформою, форматом та аудиторією в пасторальній Інтернет-діяльності .....	96
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>100</b>
<b>СПИСОК ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ .....</b>	<b>105</b>
Література.....	105
ДОДАТКИ.....	118

## ВСТУП

Природа Церкви у різний період своєї історії була місійною. Чи не найголовнішим її завданням є проповідувати Євангеліє та вести людство за Христом. Одним із найважливіших засобів виконувати це завдання є комунікація, яка є невід'ємною частиною людського життя.

Той, Хто є «путь, істина і життя» (Йо 14:6) не має в собі неправди і нас кличе говорити правду, а не брехати, благословляти, а не проклинати, будувати, а не руйнувати, лікувати, а не ранити, оживляти, а не вбивати, бо і це, і інше можемо зробити словом<sup>1</sup>.

Культура комунікації змінюється постійно. На сьогодні, особливо з приходом явища Інтернету, який багато в чому випереджує інші медіа, масова комунікація глобально змінила свій формат. Інформацію сьогодні навіть називають новою нафтою 21 століття<sup>2</sup>. Щодня ми є свідками того, як за допомогою сучасних ЗМК у світі відбувається надзвичайно швидкий обмін інформації. Особливо тепер, коли через Всесвітню мережу, або Інтернет кожна людина має надзвичайні можливості швидко обмінюватись величезною кількістю інформації, комунікувати з мільйонами по всьому світу. Монсеньйор Алесадро Пероне, аналізуючи зміни комунікації в сучасному суспільстві, розрізняє молодше покоління, яке – «народжене цифровій культурі» і дорослих, яких називає «емігрантами у цифровій культурі»<sup>3</sup>. Кожен з них по-іншому реагує на прогрес сучасної комунікації. Тому «маємо бути свідомими того, що ми не уникнемо цього Інтернет-простору... Він настільки став частиною нашого буття, що ми тепер просто маємо навчитися в ньому правильно функціонувати, жити і взагалі розвиватися». Адже у віртуальному просторі «інформаційного суспільства»<sup>4</sup> відбувається творення нової культури спілкування, нові звички сприйняття та обміну інформації, що й супроводжує певні виклики.

---

<sup>1</sup> «Голос Доброї Новини» // *Пізнай Правду* 112 (2017).

<sup>2</sup> Приватне інтерв'ю з п. Борисом Потятиником – Додаток № 11.

<sup>3</sup> ІНТЕРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ «ТВОЄ МІСТО», «Богосвячене життя у добу цифрової культури, 26 вересня 2018, <<https://www.youtube.com/watch?v=H-I76tRwFYc&t=150s>> (дата звернення 26.09.2018).

<sup>4</sup> *Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа* / упоряд. і наук. ред. М. Перун, Львів: Видавництво Українського Католицького Університету 2004, с. 9.

Церква, як провідниця кожної людини до Царства Небесного звертає увагу на ці знаки часу інформаційного прогресу. Папа Франциск висловився, що «з допомогою Інтернету християнське послання може досягнути "кінців світу"» (Ді. 1,8)<sup>5</sup>. Для цього Апостольська столиця видає низку документів та настанов, які стосуються нових медій, в тому числі Інтернету. Для того, щоб духовенство та активні вірні кожен на своєму місці змогло в першу чергу вчити інших, як правильно використовувати ці нові блага на користь, уникаючи різних ризиків. Також документи закликають використовувати всі можливості Інтернету для того, щоб нести Євангелію та пасторально супроводжувати людей у Христовій вірі по всьому світі. Якраз папа Бенедикт XVI назвав Інтернет новим цифровим континентом, в якому закликав Церкву також діяти<sup>6</sup>. А Папа Франциск на День Комунікації 24 січня 2017 року сказав:

Святий Дух і сьогодні засіває в нас бажання Царства Божого через численні живі «канали», через людей, які дозволяють Добрій Новині вести себе через драму історії, які нагадують маяки в темряві цього світу: вони освітлюють дорогу та відкривають нові шляхи для довіри та надії<sup>7</sup>.

Використання Інтернет-ресурсів має свою особливість. В Україні особливо виразні проблеми у порушенні приватної власності та акцентуванні на інформаційній війні<sup>8</sup>, особливо в сучасних політичних обставинах.

Актуальне значення цієї праці полягає в дослідженні ролі Інтернет-ресурсів в служінні Церкви та у виробленні певної стратегії, яка ґрунтувалася би на тому, як Церква мала б використовувати Інтернет-ресурси у своєму подальшому пасторальному служінні на основі того, що вже ми маємо.

**Проблематика дослідження** полягає в дослідженні особливостей пасторального служіння в «інформаційному суспільстві»; оглядово дослідити

---

<sup>5</sup> ПАПА ФРАНЦИСК, *Послання папи Франциска на 48-ий Всесвітній день суспільних комунікацій «Комунікація на служінні справжній культурі зустрічі»* // сайт: *RISU*, 18 лютого 2014, <<https://risu.org.ua/ua/index/projects/masmedia/55363>> (дата звернення 21 березня 2017).

<sup>6</sup> Пор: ІНТЕРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ «ТВОЄ МІСТО», «Богосвячене життя у добу цифрової культури, 26 вересня 2018, <<https://www.youtube.com/watch?v=H-I76tRwFYc&t=150s>> (дата звернення 26.09.2018).

<sup>7</sup> ПАПА ФРАНЦИСК, «Сповідати довіру та надію в наш час» // *Скинія* 3.VIII – 14 X (2017) 45.

<sup>8</sup> Інформаційна війна – вплив на населення іншої країни у мирний або військовий час через розповсюдження певної інформації та захист громадян власної країни від такого впливу. Основними об'єктами протистояння у ході інформаційної війни є інформаційний простір, інформаційні ресурси та інформаційно-технічні системи управління, зв'язку, навігації, комп'ютерні мережі, радіоелектронні засоби тощо. Головні завдання: підрив морально-психологічного стану, зміна поведінки й емоційного настрою, дезорієнтація та дезінформація, послаблення певних традицій і переконань, залякування власного народу образом ворога, а супротивника – своєю могутністю, забезпечення ринків збуту (як складова конкурентної боротьби) («Словник» // сайт: *Медіадрайвер*).

переваги і недоліки явища Інтернету, щоб зрозуміти особливості використання Всесвітнього павутиння для пасторального завдання Церкви. В результаті, на основі побажань Церкви та практичних напрацювань останніх років, спробувати через розроблення плану сформуванню стратегію пасторального служіння УГКЦ через Інтернет.

**Об'єкт дослідження** є явище Інтернету, його характеристики і розвиток. Статистичні дані демонструватимуть можливості та особливості впливу інтернет-ресурсів на людину, зокрема духовну сферу. Далі будуть використані офіційні документи Церкви, які стосуються мережі Інтернет та побажання щодо пасторальної діяльності у Всесвітній мережі. Окрім цього, в роботі будуть використані інтерв'ю релігійних та світських науковців та експертів, які з огляду на часту мінливість тенденцій нових медій зможуть подати найсучасніші актуальні точки ролі інтернет-ресурсів в пасторальному служінні.

**Предмет дослідження** полягатиме в дослідженні самого явища Інтернет як такого. Також розглядатимуться різного роду практичні можливості та особливості впливу Інтернету на вже існуючих прикладах пасторальної праці УГКЦ в Україні через Всесвітнє павутиння. В останній частині буде спроба, з досліджених реалій пасторального Інтернет-служіння УГКЦ в Україні впродовж останніх десяти років та душпастирської інструкції Папської Ради у справах соціальної комунікації «Aetatis Novae», скласти стратегічний план на майбутнє.

**Мета дослідження** полягає в осмисленні ролі Інтернету в пасторальному служінні Церкви УГКЦ в Україні впродовж 2007-2017 рр. Окреслити можливості, переваги і недоліки явища Інтернету, проаналізувати, як реагує Католицька Церква на інтернет-простір і як УГКЦ повинна надалі використовувати Всесвітнє павутиння для у своїй пасторальній місії.

**Структура праці** буде представлена у трьох розділах. Перший спробує ввести нас у розуміння ролі та можливостей Інтернет-ресурсів в житті сучасної людини, а також представити, які є переваги та виклики у використанні Всесвітньої мережі. Інший підрозділ на основі документів, послань та коментарів Католицької Церкви представлятиме ставлення і побажання Католицької Церкви

щодо пасторального служіння в Інтернеті. Також, який є погляд УГКЦ на розвиток пасторального Інтернет-служіння.

Другий розділ представлятиме реалії пасторального Інтернет-служіння УГКЦ в Україні продовж останніх десяти років. Описувати ми будемо різні сайти, інтернет-програми, мобільні додатки тощо. Побачимо, як УГКЦ використовує Інтернет як канал трансляції інших ЗМК (телебачення, радіо, друковані видання). Подивимось як відбувається екуменічна праця через Мережу та співпраця УГКЦ зі світськими інтернет-каналами. Розглянемо деякі приклади пасторального служіння через соціальні мережі та блоги. В такий спосіб зможемо побачити головну картину пасторального служіння УГКЦ в Інтернеті, особливості та виклики в часі пасторального служіння.

Вищезгадане дослідження дозволить у третій частині на основі душпастирської інструкції Папської Ради у справах соціальної комунікації «Aetatis Novae», що була видана до 20-ї річниці «Communio et Progressio», створити план дій пасторального служіння УГКЦ на майбутнє. Для цього будуть взяті до уваги постанови інструкції, те, що вже у в інтернет-капеланстві в УГКЦ і що ще потрібно.

**Метод дослідження:** комплексного аналізу, синтезу, дедукції, моделювання, компаративний, візуалізації, узагальнення, інтерв'ю, порівняння, хронологічно-описовий та соціологічний аналіз.

Праця в основному буде обмежуватись пасторальною діяльністю за допомогою Інтернету в Україні впродовж 2007-2017 рр. Якраз з 2007 року в Україні використання Всесвітньої мережі стрімко почало зростати. Відповідно, незабаром ми побачили різноманітні прояви пасторального служіння УГКЦ в Інтернеті. Цю працю ми спробуємо описати. Головну інформацію ми дізнаємось через інтерв'ю відповідальних за інтернет-сторінки УГКЦ та пошуку статистичних даних. Період останніх десяти років дасть найновішу інформацію для ознайомлення із сьогодишньою ситуацією у даній сфері. Для загального розуміння будуть використані документи і побажання Апостольської Столиці щодо пасторальної праці в Інтернеті всієї Католицької Церкви. Також для порівняння будуть взяті дані по праці в Інтернеті інших християнських Інтернет-



---

джерел. Додатково буде використана література, яка стосуватиметься дослідження Інтернету як сучасного засобу комунікації, та проблем у використанні Всесвітнього павутиння.

План подальшого розвитку пасторального служіння для УГКЦ за допомогою Інтернет-мережі УГКЦ в Україні планується розробити приблизно на наступні 10 років. Через мінливість характеристик нових медій точно окреслити не можемо. Таким чином через виконання вищезгаданих завдань ми побачимо, на якому рівні Церква діє в Інтернеті та до яких стандартів ще повинна прагнути.

# РОЗДІЛ І

## АКТУАЛЬНІСТЬ ПАСТОРАЛЬНОГО ІНТЕРНЕТ-СЛУЖІННЯ В СЬОГОДЕННІ

### 1.1 Роль та можливості Інтернету в житті сучасної людини.

Щодня відбувається безперестанний обмін інформацією. Кожна людина є як передавачем, так і приймачем інформації. За допомогою розвитку Засобів масової комунікації (далі – ЗМК) передача інформації може здійснюватись одночасно мільйонам людей. Багато джерел називає сучасне суспільство «інформаційним»<sup>9</sup>, оскільки на сьогоднішній день для людини «60-80% робочої сили прямо чи опосередковано зв'язані зі свідомістю, обробкою і передачею інформації»<sup>10</sup>. В теперішній час «вихід в інформаційну площину – необхідна складова будь-яких суспільних відносин»<sup>11</sup>.

Спостерігаємо, як останнім часом друковані джерела поступаються цифровим технологіям. «Джоррдж Гербнер виділяє такі етапи у розвитку комунікації: доіндустріальний, друкований, телевізійний, електронних технологій»<sup>12</sup>. Гібридом медіа<sup>13</sup> став Інтернет, який вміщає всі медіа-набутки. На зміну від попередніх медіа «приходить універсальний мультимедійний<sup>14</sup> інформаційно-аналітичний чи довідково-розважальний ресурс»<sup>15</sup>, який будучи

---

<sup>9</sup> Пор: МАК-КВЕЙЛ Д., *Теорія масової комунікації* / переклали з англійської Оля Возьна, Галина Сташків, Львів: Літопис 2010, с. 486.

<sup>10</sup> Тут і далі – переклад мій А. И. КРАВЧЕНКО, *Культурология: учебное пособие для вузов*, Москва: Академический Проект 2000, с. 208.

<sup>11</sup> Ю. ЛАВРИШ, *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*: Компанія «Імперіал», Львів 2017, с. 10.

<sup>12</sup> Там само, с. 40.

<sup>13</sup> Медіа (англ. *media* – засоби, способи) – це канали та інструменти; їх використовують, щоб зберігати, передавати й подавати інформацію або дані. Медіа часто згадувано як синонім до мас-медіа або новинних медіа, але в ширшому користуванні вони означають єдине середовище («Словник» // сайт: *Медіадрайвер*).

<sup>14</sup> Мультимедіа (від англ. *multi* – багато і *media* – носій, середовище) – сукупність апаратних і програмних засобів, що дозволяють вводити, обробляти, зберігати, передавати та демонструвати інформацію в різних цифрових форматах: текстовому, зображальному, звуковому, відео, анімаційному («Словник» // сайт: *Медіадрайвер*).

<sup>15</sup> Б. ПОТЯТНИК, *Медіа: ключі до розуміння*: Медіакритика. Львів: ПАІС 2004, с. 13.

вже «четвертим різновидом журналістики» творить нові можливості у сфері медіа<sup>16</sup>.

Термін «Інтернет» (скор. від англ. «interconnected network» - «зв'язана мережа») позначає сукупність усіх мереж і комп'ютерів, доступних за допомогою протоколу ТСП/ІР – низки правил, які визначають те, як комп'ютери можуть сполучатися між собою<sup>17</sup>.

Ноберт Боль (відомий німецький філософ) взагалі назвав Всесвітнє павутиння своєрідною «віртуальною реформацією»<sup>18</sup>. Тобто, як «в часи Лютера та Гуттенберга релігія перебудувалась з культу на комунікацію»<sup>19</sup>, так тепер через сучасні ЗМК можна безконечно обговорювати в різноманітніший спосіб<sup>20</sup>. Таким чином, «Інтернет перебудовує наш соціальний порядок»<sup>21</sup> через віртуальну реальність. «Початково термін "віртуальна реальність" був введений в практику американським спеціалістом Дж. Ленґером в середині 80-х 20 ст.»<sup>22</sup>. Завдяки комп'ютеру намагалися змоделювати реальний світ, а також пов'язати можливості телебачення, кінематографу, фотографії та інших медіа<sup>23</sup>. «Стиль Інтернету... – прямий, емоціональний, персональний, поспішний, короткий, простий, полемічний, переконливий, відкрито партійний»<sup>24</sup>.

Окрім того, що Інтернет став одним із провідних видів щоденних медіа, Всесвітня павутина перетворилась на гігантський всесвітній інформаційний і комунікаційний простір, у якому можна знайти як приватні домашні сторінки, так і офіційні сторінки освітніх і науково-дослідницьких організацій до такої міри, що розміри ресурсів Інтернету точно встановити неможливо. Наприклад, онлайн-книгарні можуть перевершувати декілька бібліотек. У Всесвітній мережі ми легко можемо знаходити різного роду інформацію і читати найсвіжіші новини.

---

<sup>16</sup> Пор: Б. ПОТЯТИНИК, *Інтернет-журналістика: навч. Посіб.* / Борис Володимирович Потятиник, Львів: ПАІС 2010, с. 37.

<sup>17</sup> З. ВАЙШЕНБЕРГ, Г. Й. КЛЯЙНШТЙБЕР, Б. ПЬОРКСЕН, *Журналістика та медіа: Довідник*, Київ: Академія Української Преси, Центр вільної преси 2011, с. 151.

<sup>18</sup> *Азбука медіа*, М.: Издательство «Европа» 2011, с. 24.

<sup>19</sup> Там само, с. 100.

<sup>20</sup> Пор: Там само.

<sup>21</sup> Там само, с. 103.

<sup>22</sup> М. М. НАЗАРОВ, *Массовая коммуникация и общество: Введение в теорию и исследования*. Изд. 4-е, перераб. И доп., М: Книжный дом «Либроком» 2010, с. 20.

<sup>23</sup> Пор: Там само, с. 21.

<sup>24</sup> *Азбука медіа*, с. 23.

Є припущення, що Інтернет-ресурси ближчим часом ще більше витіснять традиційні ЗМК<sup>25</sup>. «Чверть століття тому важко, а то і неможливо було собі уявити, що лідером американської економіки стане компанія «Google» (сайт: google.com), а не «Ford» чи «General Motors»<sup>26</sup>.

Зараз існує чотири види комунікації в Інтернеті:

1. Всесвітня інформаційна мережа Інтернету (WWW);
2. Комунікація електронною поштою (e-mail);
3. Мережа Usenet [мережа користувачів] (Newsgroups) [тематичні форуми];
4. Система діалогового спілкування (IRC [інтернет-чат])<sup>27</sup>.

Такий новий здобуток сучасної цивілізації, який спочатку був створений виключно у військових цілях<sup>28</sup>, користується як прихильністю, так і критикою. Наприклад, одні переконані, що Інтернет, як «нова зброя старої гвардії»<sup>29</sup>, після телебачення знову «повертає нас до тексту, точніше гіпертексту»<sup>30</sup>, в новому мультимедійному сервіруванні, позбавлений основних вад телебачення, так би мовити, від народження»<sup>31</sup>.

Як ми знаємо, в мережі Інтернет набирають популярності і поширення короткі відео, яких вважають новим додатковим способом розповсюдження інформації<sup>32</sup>. «Отже, епоха цифрового суспільства спонукає до того, що люди починають думати твіттами чи короткими «Facebook»-постами<sup>33</sup>»<sup>34</sup>. В Інтернеті ми ще можемо побачити різноманітні способи висловлення думки в образах і

<sup>25</sup> Пор: Б.ПОТЯТНИК, *Медіа: ключі до розуміння*, с. 25.

<sup>26</sup> Д. ГАВРА, *Основы теории коммуникации: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения*, СПб.: Питер. 2011, с. 257.

<sup>27</sup> Пор: Г. ШТРОМАЙЕР, *Політика і мас-медіа* / пер. з нім. Анастасії Орган. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія» 2008, с. 44.

<sup>28</sup> Б. ПОТЯТНИК, *Медіа: ключі до розуміння*, с. 28.

<sup>29</sup> Пор: Б. ПОТЯТНИК, *Інтернет-журналістика: навч. Посіб*, с. 9.

<sup>30</sup> Гіпертекст (англ. hypertext) – текст, утворений потенційно нескінченною множиною текстів, об'єднаних системою вбудованих гіперпосилань, що дозволяє читати його не лише горизонтально, а й углиб – за допомогою внутрішніх посилань, сприймати його частини як окремо, так і в загальній гіпертекстовій системі. Гіпертекст тісно пов'язаний із поняттям «веб» (всесвітня павутина, WWW) («Словник» // сайт: *Медіадрайвер*).

<sup>31</sup> Б. ПОТЯТНИК, *Медіа: ключі до розуміння*, с.7.

<sup>32</sup> Пор: «Высокие технологии телекоммуникации, развлечения и СМИ. Прогноз развития отраслей в 2015 году» // сайт: *Deloitte*, <<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ua/Documents/technology-media-telecommunications/TMT-Predictions-2016-rus.pdf>> (дата звернення 16 квітня 2018), с. 42.

<sup>33</sup> Пост – окреме повідомлення на інтернет-форумі (пор: *Культура віртуального спілкування: методичні поради* / Упр. культури, національностей та релігій Хмельниц. облдержадмін.; ХОУНБ ім. М. Островського, Хмельницький 2014, с. 19).

<sup>34</sup> Ю. ЛАВРИШ, *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*, с. 40.

символах. Скорочені слова, «смайли»<sup>35</sup>, вислови чи так звані «меми»<sup>36</sup> можуть замінити велику частину тексту<sup>37</sup>.

Дж. Павлик припускає, що такі нові медіа<sup>38</sup> як Інтернет впливають на журналістику чотирма шляхами:

1. Змінюється природа контенту<sup>39</sup> новин;
2. Журналісти змінюють спосіб виконання своєї роботи в інформаційну добу;
3. Зазнає глибинної трансформації структура ньюзрумів та новинної індустрії;
4. Докорінно перебудовуються стосунки між організаціями, які продукують новини, журналістами та аудиторією, джерелами, конкурентами, рекламодавцями й урядом<sup>40</sup>.

Відомо, що найпоширенішою мовою комунікації є англійська. В українському середовищі на протигагу друкованій публікації, телебаченню та іншим джерелам через право «самоавторства» та порівняно ширшої свободи користування вживається російська мова. Донедавна в Україні масово серед соціальних мереж використовувались саме російські сайти, які також слугували пасторальному служінню, в тому числі і для УГКЦ. Із обмеженням входу на частину російських сайтів діяльність українських користувачів значно зменшилась<sup>41</sup>.

Навіть у напружених стосунках держав України і Росії значну роль відіграють соціальні мережі. За деякими дослідженнями, ФСБ змушувало адміністратора П. Дурова блокувати сторінки українських активістів на сайті «Вконтакте». Сайти «Facebook» (facebook.com) і «Вконтакте» (vk.com) стали наче двома коронами «Західного світу» і «русского міра»<sup>42</sup>. І так як політика України принаймні офіційно показує своє спрямування до співпраці із Заходом, — останніми днями на президентському рівні було вирішено в Україні

<sup>35</sup> Смайлик (англ. smile – посмішка) – зображення, складене з розділових знаків, букв і цифр, що використовується для передачі емоцій користувача під час спілкування в Інтернеті (*Культура віртуального спілкування: методичні поради*, с. 20).

<sup>36</sup> Типове зображення, подібне «смайлу», що виражає певну емоцію. На разі термін не має українського відповідника (пор: Р. БЕРЕСТ, *Словник комп'ютерного сленгу: проблеми укладання та редакційної підготовки*, с. 14).

<sup>37</sup> Пор: *Соціальні комунікації та імутація суспільства: монографія* / за наук. ред. проф. О.М. Холода; Гончарова А. К., Субота В.М., Шевченко А.С., Шевченко О.О., К.: Київський міжнародний університет, Українська асоціація психолінгвістів 2010, с. 202, 208.

<sup>38</sup> Нові медіа, новітні медіа (англ. New Media) – сучасні медіа, засновані на цифрових технологіях («Словник» // сайт: *Медіадрайвер* <<http://mediadriverv.com/online/dictionary>> (дата звернення: 12 листопада 2018)).

<sup>39</sup> Контент – інформаційне наповнення сайту («Словник» // сайт: *Медіадрайвер*).

<sup>40</sup> С. КВІТ, *Масові комунікації*, Київ: Видавничий дім «Киево-Могилянська академія» 2008, с. 161.

<sup>41</sup> Наслідки санкцій проти російських соцмереж та інших ресурсів – Додаток №1.

<sup>42</sup> М. ДАВИДУК, *Як працює путінська пропаганда*, Київ: Смолоскип 2016, с. 114-120.

заблокувати низку російських сайтів («Вконтакте», «Mail.Ru» (mail.ru) «Яндекс» (yandex.ru) та ін.)<sup>43</sup>.

Тепер після загального опису Інтернету, спробуємо оглянути основні переваги і виклики користування Всесвітньої павутини. Під словом «виклики» ми розуміємо як небезпеки, так і певні характеристики, яким поки що важко надати конкретні ознаки.

### 1.1.1 Переваги Інтернету

Щоразу можливості Інтернет розширюються. Всесвітня мережа стає з кожним разом доступнішою та швидкісною. «Віце-президент (США) Ел Гор вважає, що Інтернет буде замінено Національною мережею для досліджень та освіти (National Research and Education Network), яка буде в сотню разів швидша, ніж Інтернет»<sup>44</sup>.

Всесвітня мережа стає лідером серед пошуку інформації та способів самоосвіти. Для багатьох освіта частково чи повністю здійснюється в мережі Інтернет. Зараз важко уявити, як навчання проходить без використання Всесвітньої мережі<sup>45</sup>.

Однією із переваг Інтернету є в так звана «персональна журналістика». Тобто, кожен має право створити свою власну сторінку з розповсюдженням тої чи іншої інформації. Інтернет журналістика посідає перше місце у зростанні аудиторії, оперативності доставки інформації та конкуренції в інтерактивності<sup>46</sup>. До прикладу, за допомогою відеохостингового<sup>47</sup> електронного порталу<sup>48</sup> «YouTube» звичайне відео, яке зняте домашньою відеокамерою чи телефоном, через свою креативність може стати популярнішим, ніж професійно знята та чи

<sup>43</sup> Наслідки санкцій проти російських соцмереж та інших ресурсів – Додаток №1.

<sup>44</sup> М. КАЙКУ, *Візія як наука змінить XXI сторіччя*. Львів: Літопис 2004, с. 79.

<sup>45</sup> Пор: Д. ГАВРА, *Основи теорії комунікації: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения*, с. 258.

<sup>46</sup> Пор: Б. ПОТЯТИНИК, *Інтернет-журналістика: навч. Посіб.*, с. 38.

<sup>47</sup> Відеохостинг (анг. *video hosting*) – сервіс, який дозволяє індивіду завантажувати відеоконтент, щоби ділитися, поширювати або розміщувати його на веб-сайтах («Словник» // сайт: *Медіадрайвер*).

<sup>48</sup> Пор: Р. БЕРЕСТ, *Словник комп'ютерного сленгу: проблеми укладання та редакційної підготовки*, с. 22.

інша телевізійна передача<sup>49</sup>. Через такі характеристики «Інтернет схожий на ринок – на це місце, де кожен одночасно і учасник, і публіка»<sup>50</sup>.

На початку розвитку Інтернету були певні закиди, як Всесвітня мережа творить у собі «інформаційну вавилонську вежу» «без роду і племені» і т. д.<sup>51</sup>. Таке «глобальне село», яке творить віртуальну близькість має можливість спільно обговорити всі точки зору і знайти в тій чи іншій проблемі вирішення, чи хоча б спільний знаменник<sup>52</sup>.

Отже, «що приносить нам веб-простір в сучасну журналістику? Інтерактивність, персональний підхід, інфоцентричність, миттєвість, вимірність, гнучкість, взаємозв'язок, економічність»<sup>53</sup>. Якщо говорити про перспективу в пасторальній діяльності, то такі можливості є добрим помічником для Церкви.

Все ж попри захоплюючу низку перспектив Інтернету не обійшлося без викликів, над якими слід задуматись та їх аналізувати.

### 1.1.2 Виклики Інтернету

ЗМК займають величезну частину вільного часу людини, зокрема Інтернет, який користується популярністю переважно серед молодого покоління. На початку двохтисячних було помічено, що в технічних тенденціях часто молоді люди випереджують в компетентності старших<sup>54</sup>.

Проте ця ситуація є лише тимчасовою. Коли молоде покоління подорослішає – Інтернет-ресурси може стати домінуючим джерелом інформації у всьому суспільстві. Кліффорд Столл говорить, що згодом «одержимість Інтернетом мине, однак до того часу він стане невід'ємною частиною сучасної цивілізації, без якої не зможе існувати ні бізнес, ні торгівля, ні наука, ні мистецтво, ні сфера розваг»<sup>55</sup>.

<sup>49</sup> Пор: Д. ГАВРА, *Основы теории коммуникации: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения*, с. 255.

<sup>50</sup> *Азбука медиа*, с. 113.

<sup>51</sup> Б. ПОТЯТНИК, *Медіа: ключі до розуміння*, с. 27.

<sup>52</sup> Пор: Ю. ЛАВРИШ, *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*, с. 28.

<sup>53</sup> Л. П. МАРЬИНА, *Журналистика и культура: динамика взаимодействия: учебное пособие*, Львов: ПАИС 2013, с. 99.

<sup>54</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з п. Борисом Потятиником – Додаток № 11.

<sup>55</sup> М. КАЙКУ, *Візії як наука змінить XXI сторіччя*, с. 82.

Інтернет є для нас гарною нагодою і водночас викликом. Той, хто вважає Інтернет серйозним інструментом, має знати правила інструкції по використанню цього інструменту. Для кого Інтернет лише гра, повинен хоча б знати правила і наслідки цієї ризикової гри. Навіть якщо постмодерна культура каже, що правил нема. Проте попри різні очікування не обійтися без наслідків цієї сучасної комунікації<sup>56</sup>.

Всесвітня мережа дедалі більше набирає сили панувати серед зовнішніх чинників, що впливають на людину. Б. Потятиник визначив 5 основних загроз, які несе Інтернет:

1. Пригнічує національні та етнічні цінності країн, які не належать до інформаційних наддержав;
2. Поширюються матеріали, що загрожують традиційній моралі;
3. Всесвітню мережу використовують для злочинів;
4. Інтернет-ресурси загострюють проблему інформаційної втоми;
5. Посилюється залежність до використання Інтернету<sup>57</sup>.

Відомо, що ЗМК не обмежуються лише бажанням показати лише те, що діється у світі. Прямо чи приховано ЗМІ фокусують погляд користувача на потрібний їм ракурс, наштотвхують на певні ідеї. Реклама на телебаченні чи в Інтернеті має велику перевагу. Гра акторів, поєднання звуку з відео, сама задумка подати інформацію впливає на глядача різнобічно. Найчастіше кожна реклама має оригінальну фразу, яка через некритичне сприйняття переконує глядача прийняти рішення, наприклад: «Все для Вас!», «Рекомендуємо саме це!», «Поверніть свій спокій», «Затишок для всієї сім'ї», «Легендарний концерт» тощо. «При цьому діти більше піддаються навіюванню, ніж дорослі, а втомлені люди – більш, ніж ті, які добре себе почувають»<sup>58</sup>. Тому реклама виграє на тому, що її оглядають люди після важкого робочого дня. Часто подібна непомітна маніпуляція заставляє перейматися більше речами чи подіями, ніж загальнолюдськими цінностями.

Знаємо, як глядачі в часі реклами часто перемикають телевізійний канал. Адміністратори інтернет-сайтів придумали вміщувати рекламу перед переглядом якогось відео-ролику, перед скачуванням інформації і т. п. І у

<sup>56</sup> Пор: Л. П. МАРЬІНА, *Журналістика и культура: динамика взаимодействия: учебное пособие*, с. 17.

<sup>57</sup> Пор: Б. ПОТЯТИНИК, *Медіа: ключі до розуміння*, с. 25.

<sup>58</sup> І. М. ЦИМБАЛЮК, *Психологія спілкування: навчальний посібник*, Київ: ВД Професіонал 2004, с. 211.



випадку переходу на іншу сторінку реклама або зупиниться, або почнеться з початку, тому адміністратори інтернет-сайтів таким способом «примушують» частіше переглядати рекламу.

Часто-густо розповсюджувачі інтернет-вірусів шляхом привабливої реклами спокушають перейти юзерів (користувачів) на інтернет-сторінку, що розповсюджує віруси. Президент корпорації «Microsoft» Білл Гейтс вважає, що задля безпеки користувачів слід обмежити смуги пропускання інформації<sup>59</sup>.

Різні статистики подають, скільки Інтернет вміщає порнографії. «Захистити» Інтернет від порнографії чи насилля куди важче. Як спроби впродовж історії були створені різні законопроекти в різних країнах з посиленням контролю користування інтернет-простором<sup>60</sup>. Проте бачимо, що ще не знайшлося виходу із цієї ситуації. Цікава дитина без присутності батьків за декілька хвилин може зіпсувати своє здорове світобачення, психіку, а також навіть набути якихось комплексів чи фобій, в яких боятиметься зізнатись.

«Останні соціологічні дослідження виявили дивний, на перший погляд, факт: потреба в сексуальних стосунках у жінок віком 18-28 років різко знижується. Психологи пояснюють це надмірним і перманентним бомбардуванням сексуально-еротичними сюжетами, яке здатне звести нанівець реальне бажання. До того ж, це відбувається на тлі негативної інформації про найрізноманітніші сексуальні збочення, катастрофи і загрози, що спонукає сприймати світ ворожий, агресивний та небезпечний. Такі виклики у ЗМК породжують песимістичне бачення світу і загалом впливають часто негативно на людську духовність. Найгірше, коли під постійним негативним інформаційним потоком людина перестає дивитись на пропонований контент критично. Різна негативна інформація ніби паразитує поміж різними каналами інформації. Тому, важливо людям, особливо батькам, за допомогою спеціальних програм захистити комп'ютер від доступу до різного роду шкідливих джерел інформації. Зараз батьки значно менше приділяють часу своїм дітям, менше слідкують за

<sup>59</sup> Пор: М. КАЙКУ. *Візії як наука змінить XXI сторіччя*, с. 84.

<sup>60</sup> Пор: К. Г. КРИСТІАНС, М. ФАКЛЕР, К. Б. РІЧАРДСОН та ін., *Медіаетика: практичні випадки та моральні міркування* / пер. з англ. Олег Король; наук. Ред. Ніна Зражевська. Львів: Видавництво Українського католицького університету 2014, с. 576.

їхніми бажаннями, потягами, поглядами на життя. І тому, коли вони не подарують уваги дітям, то це зробить комп'ютер (колись таку роль виконував телевізор).

Якщо брати до уваги те, що діти, окрім ігор, мають можливість «кружляти» по просторах Інтернету (бо ігри часом набридають), тоді однією з найпоширеніших наступних кроків є соціальні мережі. Як діти, так і дорослі мають можливість реєструватися в соцмережах під недійсним ім'ям, віком і, відповідно, без реальної фотографії. Це дає змогу спілкуватися з різною когортою людей. «Для більшості ж користувачів створення персонального веб-сайту – спосіб самовираження»<sup>61</sup>. А зловживання анонімністю може привести до негативних наслідків (наприклад, шпигунство)<sup>62</sup>. Тому ми повинні розуміти різницю між живим і «віртуалізованим» спілкуванням.

Все ж попри небезпеку маніпулювання інформацією, зневаги особистих даних багатьох людей, переважає бажання уваги і через це люди дуже часто відкрито детально демонструють всі закутки свого особистого життя. Не винятком є і вираження свого ставлення до духовності<sup>63</sup>. Через постійні загрози в Інтернеті майже кожна популярна фізична чи юридична особа наймає собі в помічники персонал, який буде активно і регулярно слідкувати за «порядком» навіть на звичайних сторінках соціальних мереж<sup>64</sup>.

Ще одним проблемним питанням щодо Інтернету це проблема авторського права та контролю за використанням чужої інформації (піратства). Ця проблема настільки широка через величезний потік тієї чи іншої інформації, яку не просто проконтролювати. Скількох моральних проблем піднімає лише файлообмінний сервіс «BitTorrent»<sup>65</sup>. Хто може перевірити чи те, чи інше зображення, музика, текст чи відео, викладене на публічній сторінці, має дозвіл

<sup>61</sup> Б. ПОТЯТНИК, *Медіа: ключі до розуміння*, с. 19.

<sup>62</sup> Пор: Д. ГАВРА, *Основи теорії комунікації: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения*, с. 261.

<sup>63</sup> Пор: *Соціальні комунікації та інмутація суспільства: монографія*, с. 218.

<sup>64</sup> Пор: К. Г. КРИСТІАНС, М. ФАКЛЕР, К. Б. РІЧАРДСОН та ін., *Медіаетика: практичні випадки та моральні міркування*, с. 448.

<sup>65</sup> Там само, с. 91.

автора інформації?<sup>66</sup> Таким чином, для когось Мережа може стати спробою уникнути моральної відповідальності<sup>67</sup>.

Інтернет через співдію різноманітних джерел інформації може надихати на відчуття «всевідання»<sup>68</sup>. Хоча розуміємо, що це лише масове голошення суб'єктивного бачення. З появою Інтернету кожна людина може стати транслятором тієї чи іншої інформації, яку буде часом важко або неможливо зредагувати чи заблокувати<sup>69</sup>. Інтернет-сторінки, які відвідують користувачі вибірково, подають життєвий досвід, на який варто чи не варто звертати увагу. Адміністратори інтернет-сторінок інтерпретують ту реальність, яку або самі бачать, або ту, яку бажають показати іншим. Тому «ніщо так не сплутало карти журналістикознавців, як блоги<sup>70</sup>»<sup>71</sup>. Адже, кому належить вирішувати етичні проблеми і встановлювати етичні правила в Інтернеті? Окремим адміністраторам інтернет-проектів (сторінок, блогів, програм і т. д.)?<sup>72</sup>

Спостерігаємо, що етика комунікації в Мережі також змінюється. У 1998 році написана праця, де були вказані певні етичні поради щодо поведінки в Інтернеті. Серед них такі: слідкувати за чистотою і порядком чатів, не викладати публічно інтимних даних, відповідати за свої слова, дотримуватись авторського права. Такі правила дійсні і сьогодні. Проте серед них були такі, які не актуальні сьогодні, наприклад: «не використовуйте мережу для розміщення реклами»<sup>73</sup>. Тепер бачимо, що реклама є всюди і ніхто вже не сприймає це за зле.

<sup>66</sup> Азбука медиа, с. 107.

<sup>67</sup> Пор: Сучасна медіакультура: контент, концепції, перспективи (українсько-польський досвід): колективна монографія / [Й. Лось, С. Гавронський, Т. Лильо, М. Уліта та ін.]; за наук. Ред. Проф. Й. Лося, Львів: ЛНУ імені Івана Франка 2012, с. 129.

<sup>68</sup> Пор: Б. ПОТЯТИНИК, *Інтернет-журналістика: навч. Посіб.*, с. 5.

<sup>69</sup> Пор: Д. ГАВРА., *Основы теории коммуникации: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения*, с. 255.

<sup>70</sup> Блог (від англ. weblog – мережевий журнал, щоденник подій) – окремий веб-сайт або його розділ, що регулярно оновлюється, матеріали якого (пости) можуть містити тексти, фотографії, відео. Блоги класифікують за різними критеріями: за авторством (особистий, колективний, корпоративний); за особливостями змісту (мікроблог, тематичний, цитатний, творчий); за переважними формами представлення інформації (текстовий, музичний, фотоблог, відеоблог) тощо. Ведення блогу (блогером) не має чіткої періодичності; контент розміщується у зворотному хронологічному порядку. Блоги – явище *громадянської журналістики*, яка відбиває прагнення сучасних споживачів інформації до власної медіаторчості й діалогу. На відміну від особистого щоденника, блог є публічним, інтерактивним – передбачає широкі можливості коментування й дискусії (пор: «Словник» // сайт: *Медіадрайвер*).

<sup>71</sup> Б. ПОТЯТИНИК, *Інтернет-журналістика: навч. Посіб.*, с. 21.

<sup>72</sup> К. Г. КРИСТІАНС, М. ФАКЛЕР, К. Б. РІЧАРДСОН та ін., *Медіаетика: практичні випадки та моральні міркування*, с. 66.

<sup>73</sup> Пор: О. КУЗНЕЦОВА, *Журналістська етика та етикет: основи теорії, методики, дослідження трансформації незалежних видань України, регулювання моральних порушень*, Львів: Світ 1998, с. 182-183.

Напрямок етики в Інтернеті називають – нетикетом<sup>74</sup>. Розглянемо основних

десять правил нетикету:

1. Поважати співрозмовників;
2. Дотримуватися тих самих стандартів поведінки, що і в реальному житті;
3. Не нав'язувати свої правила в Мережі;
4. Поважати час і можливості інших;
5. Писати грамотно;
6. Де можливо – допомагати;
7. Не допускати чи створювати конфлікти;
8. Поважати приватну переписку;
9. Пам'ятати про авторське право;
10. Пам'ятати про безпеку<sup>75</sup>.

Користувачі можуть навіть не помітити, як загальна картинка світу будується через часте відвідування Інтернету<sup>76</sup>. Таким чином, «точка бачення камери неминуче стає вашою точкою зору»<sup>77</sup>. У цьому контексті доречно згадати думку богослова Томаша Галіка:

Медіа найефективніше прийняли на себе соціальну роль «релігії» – вони інтерпретують світ, вони є арбітрами правдивості та важливості, пропонують великі символи та історії, формують стиль життя та мислення мільйонів людей. Мені видається, що саме медіа можна сьогодні назвати у соціологічному сенсі «отою релігією сучасного Заходу»<sup>78</sup>.

В Інтернеті може виглядати, що «в кожній істині є також своя веб-сторінка: це Вікіпедія – самоорганізація дилетантського знання»<sup>79</sup>, енциклопедія «без просвітителів та авторитетів... Знання багатьох, що організовується, самостійно вступає в конкуренцію із знанням експертів»<sup>80</sup>. Посібник ОБСЄ в Україні щодо основних правил в діяльності ЗМІ наголосив:

Численні інтернет-видання зазвичай не можуть вважатися достовірним джерелом інформації... Інтернет-сайти можуть використовуватися як джерело інформації для висвітлення редакціями ЗМІ сторінки офіційно зареєстрованих і авторитетних медіа, а також сторінки офіційних закладів та установ. При їх використанні необхідно обов'язково наголошувати, що інформацію взято саме з інтернет-сторінки ЗМІ чи установи, оскільки Всесвітня мережа є занадто динамічною і легкою для фальсифікацій<sup>81</sup>.

<sup>74</sup> Пор: *Культура віртуального спілкування: методичні поради*, с. 4.

<sup>75</sup> Пор: Там само, с. 4-7.

<sup>76</sup> Пор: *Соціальні комунікації та інмутація суспільства: монографія*, с. 214.

<sup>77</sup> М. НАЗАРОВ, *Массовая коммуникация и общество: Введение в теорию и исследования*, с. 23.

<sup>78</sup> Ю. ЛАВРИШ, *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*, с. 27.

<sup>79</sup> *Азбука медіа*, с. 24.

<sup>80</sup> Там само, с. 83.

<sup>81</sup> *Засоби масової інформації: професійні стандарти, етика та законодавчі норми*: Наук. Вид. / Укл.: Петрів Т., Сафаров А., Сюмар В., Чекмишев О., К.: Нічлава 2006, с. 29.

Щоб натрапити на потрібну інформацію Б. Потятиник дає таку пораду:

Уникайте використання загальноживаних слів як ключових. Вибирати ключові слова можна в такий спосіб: перечитуючи сторінку чи розділ, визначити ТРИ найважливіші слова, які допомогли б іншому читачеві натрапити саме на цей матеріал. Зрозуміло, що слова не можуть бути загальноживаними, бо тоді вони виведуть на астрономічно велику кількість текстів<sup>82</sup>.

Людина, як особа духовна, завжди перебуває в певному пошуку збудження почуттів і пригод, вражень, змін в ритмі життя<sup>83</sup>. Сьогодні часто, щоб задовольнити такі потреби, достатньо лише пошукати задоволення своїх потреб в Інтернеті<sup>84</sup>. Сьогодні все частіше чуємо про комп'ютерні програми із штучним інтелектом наділеним здатністю самоналаштовуватись і самовдосконалюватись. Науковці очікують, що після 2020 року Інтернет почне наповнюватися справжнім штучним інтелектом, а «із головних завдань в епоху 2020-2050 років буде створити розумні системи, які б мали здоровий глузд»<sup>85</sup>.

Однак ми повинні розуміти, що комп'ютерні винаходи є лише обчислювальними машинами. Вони не розуміють, якою інформацією володіють і як вона впливає на людей. Та й що взагалі розуміти під словом «здоровий глузд»: науку цього світу чи Божу науку? Ми, як Церква повинні бути готові до того. Можемо побачити, якою популярністю користуються фільми з ідеями духа в оболонці робота і загалом людини з кіберзором чи кібермозком<sup>86</sup>. Проте, «чи сняться андроїдам механічні вівці?»<sup>87</sup>. І взагалі, в такому осмисленні життя тіло не вважається як щось вартісне, щось таке, що потребує Спасителя<sup>88</sup>. С. Гувер каже:

Релігія змінила медію, і медію змінили й змінюють релігію. Постає щось нове. Мислимо ми його як нову релігійну медіакультуру або нову медіатовану релігійну культуру, вона заслуговує на увагу вчених і лідерів у галузях медіа та релігії<sup>89</sup>.

<sup>82</sup> Б. ПОТЯТИНИК, *Інтернет-журналістика: навч. Посіб.*, с. 55.

<sup>83</sup> Пор: П. ВИНТЕРХОФФ-ШПУРК, *Медиапсихология. Основные принципы.* / Пер. С нем., Х.: Изд-во Гуманитарный Центр 2007, с. 109.

<sup>84</sup> Пор: Там само, с. 112.

<sup>85</sup> Там само, с. 99.

<sup>86</sup> Пор: О. Ю. БЛАЖИЄВСЬКИЙ, «Не викидай мушлі» // *Скинія* 3.VIII – 14 X (2017) 38.

<sup>87</sup> О. Ю. БЛАЖИЄВСЬКИЙ, «Не викидай мушлі» // *Скинія* 3.VIII – 14 X (2017) 39.

<sup>88</sup> Там само, с. 38.

<sup>89</sup> М. БАЛАКЛИЦЬКИЙ, *Медіатизація протестантизму в Україні 1991-2010 років: монографія* / М. Балаклицький, Х.: Харківське історико-філологічне товариство 2011, с. 57.

## 1.2 Ставлення і побажання Католицької Церкви щодо пасторального служіння в Інтернеті

Інтернет, який можемо вважати найновішим революційним ЗМК у світі, спричинив великий переворот у сфері комунікації. Католицька Церква регулярно досліджувала всі явища нових Засобів Масової Комунікації, в тому числі і можливості Інтернету. Пастирські послання та інші документи Католицької Церкви давали свої коментарі вже на перші «зародки» Інтернету: супутникове телебачення, можливості «складніших електронно-обчислювальних пристроїв»<sup>90</sup>, а також передавачів інформації зі супутників та інших такого роду приладів.

Спостерігаємо, як з часом мережа Інтернет стає для багатьох певною віртуальною реальністю зі своїми правилами, етикою та іншими особливостями.

Нові способи вираження, які розвиваються в цифровій комунікації, більше формують інтуїтивну і емоційну здатність, ніж аналітичну. Вони орієнтують на іншу логічну організацію думки і відносин з реальністю, часто віддаючи перевагу образу і гіпертекстуальним зв'язкам. Традиційна межа між письмовою і усною мовою стирається на користь письмової комунікації, що набуває форму і безпосередність усного мовлення<sup>91</sup>.

Сферу соціальної комунікації Церква від самих початків досліджувала на належному рівні. Про це свідчить велика кількість документів, послань, конституцій та інших праць, в яких Церква висловлює свою точку зору щодо різновидів соціальної комунікації та їхніх функцій як у церковному житті, так і у світі загалом.

Через стрімке поширення засобів масової комунікації і прогнози про їхній розвиток на II Ватиканському соборі був написаний декрет «*Inter Mirifica*», де вперше вживався термін «соціальна комунікація». Серед багатьох порад щодо засобі масової комунікації, декрет запровадив нову традицію щороку відмічати Всесвітній день комунікації. Дотепер кожного року Святіші отці пишуть послання, де наголошують на особливих аспектах масової комунікації і як

<sup>90</sup> *Соціальна комунікація та християнський розвиток молоді // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа / упоряд. і наук. ред. М. Перун, Львів: Видавництво Українського Католицького Університету 2004, п. 35.*

<sup>91</sup> «Папа про "нечувані можливості інтернет-євангелізації"» // сайт: *Credo*, 2 березня 2011, <<http://www.credo-ua.org/2011/03/41542>> (дата звернення 20 вересня 2017).

правильно ними користуватися (Inter Mirifica, п. 3). Окрім послань Вселенських Архієреїв, існує Папська Рада у справах соціальних комунікацій, обов'язком якої є курувати, щоб сучасні можливості у передачі інформації стали можливістю нести Євангеліє у всьому світі<sup>92</sup>.

З етапами розвитку мас-медіа отримали своїх святих покровителів. Покровителем всієї журналістики з 1923 року став Франциск Салезький<sup>93</sup>. У 1998 році святий папа Іван Павло II покровителем Інтернету проголосив Ісидора Севільського. У Середньовіччі твори святого Ісидора Севільського вважалися дуже важливим джерелом інформації. Незважаючи на те, що в той час всі книги ще переписувались вручну, до нашого часу збереглося близько тисячі переписаних рукою примірників книг святого Ісидора Севільського. Як у його час «Етимологія» давала найбільшу можливість отримати інформацію у різноманітних галузях, так і тепер таку можливість дає всесвітня мережа<sup>94</sup>. «Саме Ісидор Севільський уперше застосував у своїй праці систему перехресних посилань, що віддалено нагадує гіперпосилання<sup>95</sup>»<sup>96</sup>. Отже, ми бачимо, з якою серйозністю від самого початку і до теперішнього часу поставилася Церква до такого блага сучасної цивілізації, як Інтернет.

Зараз ми розглянемо деякі важливі теми щодо пасторального служіння в Інтернеті, які часто згадуються у відомих документах і посланнях Католицької Церкви.

---

<sup>92</sup> Пор: Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа, с. 218.

<sup>93</sup> «Святой Франциск Сальский, епископ» // сайт: *KATOLIK.ru*, 24 січня 2008, <<http://www.katolik.ru/mir/1016-archiv/103344-st28204.html>> (дата звернення 4 лютого 2018).

<sup>94</sup> Пор. «Покровитель интернету» // сайт: *Дрогобицька Духовна Семінарія святих священномучеників Северина, Віталія та Якима*, <<http://dds.edu.ua/en/publications/publications/miscellaneous/1384-pokrpvytel-internetu-2015.html>> (дата звернення 22 лютого 2017).

<sup>95</sup> Гіперпосилання (англ. *hyperlink*) – активний (виділений кольором чи підкресленням) текст, зображення чи кнопка на веб-сторінці, що внаслідок натискання (активізації) уможливує перехід на іншу сторінку чи іншу частину поточної сторінки. Наприклад, якщо активізувати гіперпосилання на відеокліп, його можна тут же переглянути, за умови, що в системі встановлено відповідну програму. Синонім: гіперлінк. (Словник» // сайт: *Медіадрайвер*).

<sup>96</sup> С. КОЗИРЯЦЬКА, *Мережеві християнські видання українського медіапростору : монографія* / С. А. Козиряцька, Запоріжжя: Просвіта 2017, с. 25.

## 1.2.1 Інтернет – важливий інструмент для голошення Євангелії

У «Бесідах на шестиднев» Василя Великого автор звертає увагу на те, що Бог, порівняно з іншим творінням, творить людину в спілкуванні («Сотворімо» (Бут. 1.26)). Цим Великий Отець Церкви хоче довести особливий «образ» людини, якому властива важлива риса – комунікація<sup>97</sup>.

Можна сказати, що впродовж історії діяльність Церкви базується на продовженні голошення Євангелії Ісуса Христа (пор. Ді. 2, 5–11). Ісус Христос у своїй «Притчі про сіяча» (Лк. 8, 4-15; Мт. 13, 1-23; Мр. 4, 1-20) тодішньою манерою вчить про важливі моменти проголошення і прийняття інформації. На сьогодні ми бачимо результат двотисячолітньої праці Церкви, яка подолала і долає різні географічні, культурні, політичні та інші межі й продовжує проповідувати Царство Господа Ісуса. Спочатку, як ми знаємо, учні Ісуса Христа пробували в усний спосіб і своїм власним свідченням передавати звістку великої надії, далі – писались послання, книги, екзегези апології, ікони та інші різноманітні праці, які служили місії Євангелії.

З розвитком техніки у ХХ столітті світ побачив нову перспективу обміну інформацією, а Церква – проповідування Слова Божого. З іншої сторони, Церква ставить собі запитання, яким чином повноцінно «вносити євангельську ідею в "нову культуру", створену сучасною комунікацією, з її "новою мовою, новою технологією та новою психологією"»<sup>98</sup>. Відповідно для цього Церква задумується про певну «дисципліну», «культуру», «нову мову» і вишкіл, спеціалізовані організації та їх духовний супровід<sup>99</sup>.

Папське послання на Всесвітній день комунікації в 1990 році вийшло під назвою «Християнське послання в комп'ютерній культурі». Якщо порівнювати із сьогоднішнім, то на той час ми можемо сказати, що соціальна комунікація в комп'ютерному просторі була ще мало поширена і не настільки актуальна. Тоді Інтернет-ресурси сприймалися ще недалеко від рівня супутникового

<sup>97</sup> Пор: Святитель Василий Великий, *Беседы на шестоднев*, Московское Подворье Свято-Троицкой Сергиевой Лавры 1999, с. 256.

<sup>98</sup> *З підтримкою Духа нести надію // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*, п. 5.

<sup>99</sup> Пор: *Проголошення Христового послання в засобах комунікації // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*.



телебачення, тому все це загально було названо виразом «царина комп'ютерних і супутникових технологій». Проте, Святіший Отець вже тоді, випереджуючи події, закликав «підпорядковувати всі можливості "комп'ютерної доби" земному та надприродному покликанню кожної людини і повсякчас прославляти Отця, від Якого походить усе добре».

Вже в 2002 році з'являється папське послання на Всесвітній день комунікації під назвою «Інтернет – новий форум для проголошення Євангелія». Таке послання було логічним і неминучим. Адже Апостольська столиця слідувала за кожними новими засобами масової комунікації, їх особливостями і давала свої пастирські настанови.

Чому це послання назвало мережу Інтернет – новим «форумом»? Документ пояснює: давні римляни розуміли форум як «місце, де вирішують політичні та ділові справи, відправляють релігійні обряди й де минає все суспільне життя городян, – і саме там навіч проявляється все найкраще й найгірше в людській природі»<sup>100</sup>. Такі форуми стають осередками творення нових ідей, нових культур. Тому в другому пункті послання називає використання це нове благо (Інтернет) пригодою нового тисячоліття, в якій ми залишаємось з довірою Господньому велінню «відчалуємо на глибіню» (пор: Лк. 5, 4)<sup>101</sup>. За допомогою такого сучасного засобу комунікації Церква зможе «"з покрівель" проповідувати довірене їй безцінне послання... до незліченної кількості людей»<sup>102</sup>.

Послання акцентує увагу на тому, що, коли Інтернет правильно використовувати, усвідомлюючи всі особливості, то можна зацікавити багатьох голошенням в ньому Божого Слова.

Тому очевидно, що Інтернет (хоч він ніколи й не зможе замінити того глибокого досвідчення Бога, що його дає тільки живе, літургійне й таїнственне життя Церкви) здатний, проте, стати неоціненним доповненням і підтримкою, готуючи людей до зустрічі з Христом у спільноті й допомагаючи новонаверненим на їхній тільки-но розпочатій дорозі віри<sup>103</sup>.

<sup>100</sup> *Інтернет – новий форум для проголошення Євангелія // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*, п. 2.

<sup>101</sup> Пор: Там само, п. 2.

<sup>102</sup> *Соціальна комунікація та християнське формування громадської думки // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*, п. 2.

<sup>103</sup> *Інтернет – новий форум для проголошення Євангелія*, п. 3.

Проте є декілька моментів, які можуть завадити Євангелізації в Інтернеті. В першу чергу є великий, швидкий і постійний потік інформації, який орієнтований на велику кількість людей. «Є велика небезпека того, що людина почне вважати, ніби вирішальне значення мають самі тільки факти, а не цінності»<sup>104</sup>. Тобто, подавати величезну кількість фактів без конкретних висновків є недостатньо, щоб у Слові виховати особистість.

Про іншу проблему говорить святий папа Іван Павло II в своїй енцикліці «*Evangelium Vitae*». Він розповідає про те, що часто сьгоднішні мас-медіа з скептицизмом та сарказмом «відображають постмодерністський стан людського духу, який "перебуває у межах власної іманентності, не маючи жодного відношення до трансцендентності"»<sup>105</sup>.

Наступною темою, що непокоїть Церкву, є те, що «Інтернет докорінно змінює психологію людей, а саме – їхнє сприйняття часу і простору»<sup>106</sup>, що заважає ставитись до багатьох важливих речей уважно, поступово, реалістично з природнім емоційним сприйняттям. Тому така подача інформації часто може привести особу не до мудрості, а до релятивізму. Зрештою, Інтернет попри дивовижні можливості не може замінити живого свідчення: «електронно опосередковані взаємини ніколи не замінять безпосередніх людських контактів, потрібних для справжньої євангелізації»<sup>107</sup>.

Та все ж, що слід робити, щоб Інтернет-ресурси впевнено послуговувалися для голошення Доброї Новини? Церква заохочує творити достойні «католицькі станції»<sup>108</sup> та на високому рівні організовувати вишкіл як духовенства, так і мирян для праці з вище поданими завданнями. Капелани у такій сфері «повинні отримати належне технічне, доктринальне й моральне виховання»<sup>109</sup>, щоб того ж через Інтернет-ресурси навчити всіх, хто користується таким благом.

<sup>104</sup> *Інтернет – новий форум для проголошення Євангелія*, п. 4.

<sup>105</sup> *Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*, с. 378.

<sup>106</sup> *Інтернет – новий форум для проголошення Євангелія*, п. 4.

<sup>107</sup> *Інтернет – новий форум для проголошення Євангелія*, п. 5.

<sup>108</sup> *Inter Mirifica // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*, п. 14.

<sup>109</sup> Пор: *Inter Mirifica*, п. 15.

Інші документи доповнюють, що той, хто займається голошенням Євангелії, повинен сам пережити те, що проголошує, проповідувати в повноті, тобто, відкрито і правдиво. Вірні «повинні являти приклад і задавати тон життєдайного спілкування всередині Церкви»<sup>110</sup>. Досконалим вчителем і прикладом для нас повинен завжди бути Ісус Христос.

Душпастирська інструкція на виконання Декрету Другого Ватиканського Собору про ЗМК 23 травня 1971 року «*Communio et progressio*» так і називає Ісуса Христа «Досконалим Комунікатором»<sup>111</sup>. Слово, яке «стало тілом» (Ів. 1.14) через близькість до людей, свідчення своїм життям, просте, універсальне і доступне голошення вістки про наближення Божого Царства, «виходячи з обставин тогочасного життя»<sup>112</sup>. В такий спосіб, за прикладом Христа Церква здійснює своє завдання «усім народам» (Мр. 16, 15) «аж до краю землі» (Ді. 1, 8) шляхом від «"спілкування" (*communication*) до "сопричастя" (*communion*)»<sup>113</sup>.

Таким чином, Інтернет ми можемо назвати своєрідним новим «Вавилоном», де зібрані різні точки зору різних людей і цілих народів. Проте, ми, вірні Христові, через силу Святого Духа повинні відновлювати комунікацію, яка єднає розсіяні думки у світлі правди і надії<sup>114</sup>. «Оновлене звіщання несе віруючим (навіть літеплим чи непрактикуючим) – нову радість у вірі та євангелізаційну плідність»<sup>115</sup>.

## 1.2.2 Інтернет – спосіб єднання

Ще одна із важливих можливостей Інтернету в пасторальному служінні, яка дуже часто згадується в різноманітних працях Церкви, – це єднання, яке є сутністю Церкви (Церква з гр. ἐκκλησία – скликання, збір, спільнота)<sup>116</sup>.

<sup>110</sup> *Inter Mirifica*, п. 4.1.

<sup>111</sup> *Communio et progressio* // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа, п. 126.

<sup>112</sup> Там само, п. 11.

<sup>113</sup> Посібник для навчання майбутніх священиків щодо засобів соціальної комунікації 19 березня 1986 року // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа, п. 3

<sup>114</sup> Пор: Етика в комунікації // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа, Вступ.

<sup>115</sup> ПАПА ФРАНЦИСК, *Радість Євангелія*, Львів: Свічадо 2014, с. 12.

<sup>116</sup> Д. МАК-КИМ., *Вестминстерський словарь теологических терминов*: Пер. С. англ., М.: Республика 2004, с. 483.

Інтернет як потужний засіб масової комунікації допомагає максимально висловити думку (причому кожної особи). Інтернет – це засіб масової комунікації, яким користується дуже багато людей, які висловлюють свою точку зору, починаючи з так званого «дислайку»<sup>117</sup>, закінчуючи творенням цілої віртуальної спільноти через різноманітні інтернет-проекти. Саме тому Всесвітня мережа є такою унікальною: у ній є як прості «перехожі», так і спеціалісти, які формують спільний потік інформації.

Коли ж розглядати Інтернет як культурне і соціальне середовище, з своєю культурою і формами соціалізації, то слід відзначити, що це середовище постійно змінюється. Це середовище, у якому перетинаються різноманітні зображення, символи й тексти, а також взаємодіють люди різного віку, соціального статусу, традицій і національностей, здійснюючи вплив один на одного. Завдяки Інтернету відбувається структурний міжкультурний діалог, який відбувається в умовах очевидної технологічної та часом мовної однорідності (бо користуються простою англійською мовою)<sup>118</sup>.

Тому порозуміння через «здорову громадську думку»<sup>119</sup>, може великою мірою вирішитись в Інтернеті, що сприятиме утвердженню миру.

Особливістю Всесвітньої мережі є те, що в ній майже немає меж. Цю якість можна використати проти тих, хто хоче в різний спосіб приховати чи виправдати якусь неправду, несправедливість чи інший злочин, підкупляючи пресу, телебачення, радіо чи інші медіа з більшою можливістю до контролю. В такий спосіб Інтернет стає на сторону заклику Церкви, що «треба правдиво повідомляти відповідальних людей про нестерпне становище в багатьох країнах, викривати кричущі злочини, переконувати громадськість «негайно заходитися коло рішучих перемін, докорінного оновлення й конче потрібних реформ»<sup>120</sup>.

З іншої сторони, ми повинні розуміти, що якась постійна беззмістовна критика чи постійна звітність про що-небудь не зможе просто так виправити

---

<sup>117</sup> Дізнайк - символ, що символізує негативне враження від певного контенту (протилежність «лайку») (Пор: Р. БЕРЕСТ, *Словник комп'ютерного сленгу: проблеми укладання та редакційної підготовки* <[http://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/nmc.nd/student\\_nauka/2017-2018/roboty\\_peremozhciv/molod-kontent.pdf](http://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/nmc.nd/student_nauka/2017-2018/roboty_peremozhciv/molod-kontent.pdf)>, с. 22 (дата звернення 20 листопада 2018)).

<sup>118</sup> «Міжкультурний аспект засобів масової комунікації» // сайт: *Комісія у справах мирян УГКЦ*, 22 лютого 2011, <<http://www.laityugcc.org.ua/mirjani-v-suspilstvi/articles/mizhkulturnij-aspekt-zasobiv-masovoji-komunikaciji.html>> (дата звернення 20 листопада 2017).

<sup>114</sup> *Inter Mirifica*, п. 8.

<sup>119</sup> *Соціальна комунікація та розвиток народів // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*, п. 2.

ситуацію, а навіть ще більше загострити конфлікт між сторонами з різними поглядами: «подолавши всі згубні сили, припинивши всі сперечання й недоладні розмови, треба побудувати град людський – град, єдиним і найтривкішим кріпильним розчином якого стане братня любов між расами й народами, між верствами й поколіннями»<sup>121</sup>. Тому нашим завданням є постійно творити сенс між висловлюваннями: «з-поміж безлічі переплетених, а часто й попереплутуваних ниток сплести єдине полотно, зіткати новий світ братів – світ синів Божих»<sup>122</sup>.

Пастирське послання 1976 року у Всесвітній день комунікації під назвою «Соціальна комунікація та найголовніші права й обов'язки людини» закликає «відкидати всякі плани чи заходи, що мають на меті "маніпулювання" аудиторією». Апостольська столиця називає Інтернет рушієм інформаційної та комунікаційної революції. Тому потрібно «нам домогтися, щоб цей дивовижний засіб, розроблений первісно для військових потреб, слугував тепер... культурі діалогу, спільної участі, солідарності та примирення, без якої неможливий мир»<sup>123</sup>. Святіший Отець розуміє важливу роль в комунікації відіграє солідарність:

Відповідно, сьогодні постає дедалі нагальніша потреба поширювати цінності всеохопного гуманізму, заснованого на визнанні справжньої гідності та прав людини, відкритого для культурної, соціальної й економічної солідарності окремих осіб, спільнот та народів – солідарності в усвідомленні того, що всі люди мають одне спільне покликання<sup>124</sup>.

Ще одна проблема Інтернету, як й інших засобів масової комунікації, – це те, що через політичні та економічні чинники «одні люди є інформаційно "багатими", а інші – інформаційно "бідними"»<sup>125</sup>, «спілкування має відбуватися

<sup>121</sup> *Соціальна комунікація та розвиток народів // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*, п. 4.

<sup>122</sup> Там само.

<sup>123</sup> *Інтернет – новий форум для проголошення Євангелія // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*.

<sup>124</sup> *Соціальна комунікація та утвердження миру // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*, п. 3.

<sup>125</sup> *Етика в комунікації*, п. 14.

від людини до людини й задля цілісного розвитку всіх людей»<sup>126</sup>. Церква закликає слідкувати державне керівництво, щоб так і було<sup>127</sup>.

Як щодо релігійного зближення в Інтернеті? Для багатьох саме він є джерелом духовного збагачення, «місцем» ділення свого духовного світу, тому «в сучасному світі, не можна обійтися без того, щоб широко висвітлювати через мас-медіа таїнства віри»<sup>128</sup>.

В 1984 році пастирське послання на Всесвітній день комунікації мало назву «Соціальна комунікація як засіб зближення віри й культури». В цьому посланні Святіший Отець неодноразово закликає: «присвятіть себе розвитку культури, яка відповідала б гідності людини; і знайте, що, чинячи так, ви неодмінно сприятимете зближенню між культурою і вірою, а цього в жодному разі не слід боятися»<sup>129</sup>. Не слід боятися того, що Інтернет стає місцем єднання людської духовності, навіть якщо ми усвідомлюємо, що єдність в такий спосіб є лише першим кроком до справжнього сопричастя. Церква «закликає всіх причетних осіб розважити над потребою єкуменічної та міжрелігійної співпраці в мас-медіа»<sup>130</sup>. Важливо зазначити, що на сьогоднішній день майже кожна цивілізована особа є до цього причетна.

Якщо говорити про такі ЗМК як книги, радіо, телебачення, то розуміємо, що такі джерела є підвладні тій чи іншій конкретній організації. Якщо говорити про релігійні організації, то кожна з них пропонує свою інформацію. В Інтернеті ми спостерігаємо, що, до прикладу, на сайті «YouTube», коли ми шукаємо, Львівську семінарію, то знаходимо відео різних семінарій Львова (УРКЦ, УГКЦ, УПЦ КП, УАПЦ, УЦХВС), водночас, черпаємо свідчення різних конфесій. Тому міжрелігійний і міжконфесійний зв'язок в Інтернеті спостерігаємо дуже часто.

Така особливість дає як певні плюси, так і загрози, тому Апостольська столиця постановляє, що «компетентна Церковна влада – на різних рівнях: місцевому, національному, світовому – повинна дбати про доктринальні та

<sup>126</sup> *Етика в комунікації*, п. 46.

<sup>127</sup> Пор: *Inter Mirifica*, п. 12.

<sup>128</sup> *Релігія в засобах масової інформації // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*, п. 6.

<sup>129</sup> *Соціальна комунікація як засіб зближення віри й культури // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*, п. 4.

<sup>130</sup> *Релігія в засобах масової інформації*, п. 7.

моральні сторони усіх заходів у сфері комунікаційної діяльності»<sup>131</sup>. Через певні недопрацювання чи байдужість «медіа-капеланів» або просто активних християнських користувачів Інтернету свою отруйну пропаганду розвивають різні «лжепророки», які часто сіють непорозуміння, викривлення, очорнення та все інше, що може привести слабо озброєну душу до сумнівів чи зневіри в правдиву Христову науку.

Маніпуляції та негідний прозелітизм, практиковані часом засобами комунікації, є несумісними з екуменічним завданням та духом міжрелігійної співпраці. Про це каже Слово Боже, про те саме свідчать і рішення церковної влади. Сьогодні поширення нових релігійних рухів, часто ще званих «сектами», що оголошують себе різновидом евангелізму, але тримаються, принаймні почасти, нехристиянської ідеології, часто супроводжується прозелітизмом<sup>132</sup>.

Щоб таких загроз було якнайменше, Церква закликає до екуменічної співпраці. А «екуменічна співпраця потребуватиме обміну досвідом між медіа-організаціями Католицької Церкви та відповідними організаціями інших християнських спільнот»<sup>133</sup>. Як ми згодом побачимо, такими «відповідними організаціями інших християнських спільнот» є маса протестантських і православних Церков, які багато в чому випередили і надалі вправно випереджують у вмінні використання Інтернету в пасторальних цілях.

### 1.2.3 Інтернет на служінні родині та вихованні молоді

Серед документів Католицької Церкви про мас-медіа часто приділяється увага саме ролі Інтернету у родинному вихованні.

В наш час батьки, що раз у раз послуговуються Інтернет-ресурсами, телебаченням чи різними гаджеами наче такою собі «електронною нянькою»... Надмірна залежність від цих електронних засобів позбавляє членів родини можливості спілкуватися, єднатися у спільній праці та молитві... через якісну медіа-освіту Церква може змінювати як споживачів сучасного медіа-контенту, так і впливати на її виробників<sup>134</sup>.

Цю тему серед інших документів в особливий спосіб обговорюють два послання на Всесвітній день комунікації – папське послання 1969 та 1980 років під однаковою назвою «Соціальна комунікація та родина». Знаємо з історії, що

<sup>131</sup> *Критерії екуменічної та міжрелігійної співпраці у сфері комунікації 4 жовтня 1989 року*, п. 3.

<sup>132</sup> Там само, п. 4.

<sup>133</sup> Там само, п. 8.

<sup>134</sup> «Інтерв'ю з п. Михайлом Перуном» // *Пізнай Правду* 112 (2017) 25.

60-ті роки – це час великих наукових відкриттів, а також зародження постмодерної культури із певним переосмисленням чи нівелюванням цінностей людської гідності, ролі родини, суспільних відносин та багато іншого.

В попередньому підрозділі ми вже згадували, що Інтернет став частиною домашнього життя. Особливо відпочинку, розваг та навіть побуту, тому:

на комунікаторів покладене важке завдання працювати задля того, щоб люди знали, цінили й любили саме ті цінності, які, хоч часто й невідомі загалом або зневажені ним, все ж являють собою міць і велич усього суспільства; це такі цінності, як самопосягання високим ідеалам, саможертвність або непоказна героїчність повсякденної праці<sup>135</sup>.

Зі зміною умов праці та загалом ритму сучасного життя часто батьки мають не так багато часу, щоб проводити його з дітьми. Через це «існує ще одна велика й реальна небезпека – зречення родиною своєї відповідальності за виховання дітей та прищеплення їм справжніх цінностей і перекладення цього непростого обов'язку на медіа»<sup>136</sup>. Завданням Церкви є нагадувати сім'ям, що батьківська турбота ніяк не пов'язана з придбанням додому нових сучасних гаджетів<sup>137</sup> і вони самостійно неспроможні виховати дитину здоровою зрілою особистістю. «Ми бачимо, як величезна індустрія розваг... стала вже самодостатньою»<sup>138</sup>, але ми не можемо їй довіряти те, що їй в принципі ніколи не буде посилі.

«Молодь особливо швидко пристосовується до комп'ютерної культури та її «мови». Це, звісно, не може не тішити. «Довіряймо молодим» (Communio et Progressio, 70)». Можна сказати, що в такий «природній спосіб» на молодих покладаються надії на подальший розвиток новітніх медіа. Проте, ми не можемо «перекладати» відповідальність тільки на молодь. Інтернет попри свою коротку історію існує і діє зі своїми наслідками прямо зараз. І не можна ставитись

---

<sup>135</sup> Соціальна комунікація та родина (1969 р.) // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа.

<sup>136</sup> Там само.

<sup>137</sup> Гаджет (англ. gadget) – клас допоміжних міні-програм – графічних модулів, які розміщуються в робочому просторі відповідної батьківської програми та слугують для прикраси робочого простору, розваги, виконання окремих робочих завдань або швидкого отримання інформації з інтернету без допомоги веб-браузера. Гаджет – це також цікава технічна новинка у вигляді електронного пристрою або іншого засобу, що поєднує в собі високі технології й цілком реальне застосування. Нині гаджетом можна вважати будь-який цифровий прилад, досить невеликий, щоб його можна було одягти на руку, покласти до кишені або підключити до КПК або смартфона. Найвідоміші типи гаджетів: мобільний телефон, смартфон, портативна гральна приставка, мультимедійний програвач, GPS-навігатор, електронна книжка («Словник» // сайт: *Медіадрайвер*).

<sup>138</sup> Соціальна комунікація та родина (1969 р.) // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа.



легковажно до того, що у ньому продукується на таке величезне коло людства.

Вартує надати значення кожному слову з цієї цитати:

Відповідальність за це має нести кожен, хто користується цим благом сучасної епохи. Всі ми, молоді й старі, приймімо ж виклик нових відкриттів і технологій, прикладімо до них моральне бачення, закорінене в нашій релігійній вірі, в нашій повазі до людської гідності і в нашій завзятті, щоб перетворювати світ згідно з Божим планом... використати можливості «комп'ютерної доби» задля здійснення земного й надприродного покликання людини, а отже й задля прослави Отця, від Якого походить усе добре<sup>139</sup>.

Можна виокремити три найважливіші проблеми, які зустрічаємо сьогодні в Інтернеті, що впливають негативно на родину і молодь: порнографія, насильство та некомпетентність у «новій мові» спілкування у віртуальному просторі, в якій, наразі, слабо розвинені правила та загалом цензура.

Душпастирський відгук Папської Ради у справах соціальної комунікації 1989 року «Порнографія і насильство у засобах соціальної комунікації» висловлює своє занепокоєння, як порнографія і насильство є «доступними для величезної аудиторії, зокрема для молоді й навіть для дітей, і ця біда, що колись загрожувала переважно розвиненим країнам, тепер через засоби комунікації розкладає моральні цінності країн, що розвиваються»<sup>140</sup>.

Сьогодні ми можемо сказати, що порівняно з розвинутими країнами та країнами, що розвиваються, ситуація змінилась навпаки. Адже у розвинених країнах мережу Інтернет прослідковують різні програми, які відповідають за цензуру та загалом доступ дітей до шкідливої інформації. З іншої сторони, хто визначає, що шкідливе для дітей, а що ні?

Гендерна ідеологія, яка з точки зору Церкви є величезною проблемою, в деяких країнах не те, що блокується, а наполегливо пропагується, використовуючи неабиякі ресурси<sup>141</sup>. В такий спосіб сучасні ЗМК як нелегально, так і законно (тобто на рівні державному) «руйнують людські стосунки, нищать

<sup>139</sup> Християнське послання в комп'ютерній культурі // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа.

<sup>140</sup> Порнографія і насильство // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа, п. 6.

<sup>141</sup> Пор: «Гендер – тоталітарна ідеологія» // сайт: Католицький Оглядач, 15 липня 2013, <<http://catholicnews.org.ua/gender-totalitarna-ideologiya>> (дата звернення 10 березня 2018 р).

основи подружнього та родинного життя, підбурюють до проти суспільної поведінки й підточують моральний стрижень суспільства»<sup>142</sup>.

Є дані про те, що третину інформації в інтернеті містить саме порнографія<sup>143</sup>. «Порнографія – так само, як і наркотики, – може виробити залежність і спонукати людину шукати дедалі "крутіших" і протиприродніших видовищ»<sup>144</sup>. Споглядання порнографії «може посіяти замішання в дитячих серцях, адже діти ще не спроможні чітко відрізнити фантазію від реальності»<sup>145</sup>, а відтак «навіювати хворобливі та настирливі образи фантазії й моделі поведінки»<sup>146</sup>. До прикладу, «через порнографію людину розглядають як річ»<sup>147</sup>, тому «порнографія може стати немовби спільником для всіляких сексуальних злочинців – педофілів, гвалтівників, маньяків-убивць, прямо чи посередньо підбиваючи їх до злочинів»<sup>148</sup>. Документ закликає «стримати потік порнографії та покласти край прославлянню насильства»<sup>149</sup>.

Ми не можемо вповні стримати те, що не дано мати, принаймні зараз, під нашим контролем. Своєю особистою позицією кожен з нас може зупинити згіршення самих себе і своїх близьких, починаючи з особистих гаджетів, які можна налаштувати на блокування негативної інформації, не «підписуватись» на підозрілі сторінки чи просто контролювати проведення свого часу у віртуальному просторі.

Розуміємо, що найбільша відповідальність покладається на батьків, які повинні обмежити доступ до такої інформації. Разом з цим Церква вбачає зацікавлення «навчити, як стати розбірливими й обізнаними користувачами мас-медіа»<sup>150</sup> і особливу місію покладає на навчальні заклади, громадськість, владу і, звичайно, саму Церкву<sup>151</sup>. «Священики та чернецтво повинні самі вельми

---

<sup>142</sup> *Порнографія і насильство // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*, п. 10.

<sup>143</sup> Пор: МАРК УОРД «Порнографія в інтернеті: скільки її на самому деле?» // сайт: ВВС, 1 липня 2013. <[http://www.bbc.com/russian/society/2013/07/130701\\_web\\_pornography](http://www.bbc.com/russian/society/2013/07/130701_web_pornography)> (дата звертання 12 червня 2018).

<sup>144</sup> *Порнографія і насильство*, п. 14.

<sup>145</sup> Там само, п. 12.

<sup>146</sup> Там само, п. 15.

<sup>147</sup> Пор: Там само, п. 18.

<sup>148</sup> Там само, п. 17.

<sup>149</sup> Там само, п. 23.

<sup>150</sup> *Порнографія і насильство*, п. 24.

<sup>151</sup> Пор: Там само, п. 25, 27, 28, 29.

розважливо користуватися засобами соціальної комунікації у своїй душпастирській та навчальній праці, подаючи цим добрий приклад мирянам»<sup>152</sup>. І цей заклик був написаний майже тридцять років тому. Цими словами ми не можемо нехтувати. Ми не спроможні врятувати увесь світ від всіх небезпек, які є в Інтернеті, але ми маємо можливість навчитися правильно використовувати ці блага.

Здорова освітня робота в родині, в школі, в парохії, зокрема й шляхом катехизації, щоб навчити й настановити молодих виважено й дисципліновано використовувати мас-медіа, допомогти молодим виробити критичне, просвітлене вірою ставлення до прочитаного, побаченого й почутого<sup>153</sup>.

Отже, Церква закликає «всі родини співпрацювати з... організаціями... відповідальними за мас-медіа, доводячи до їхнього відома прагнення й справедливі вимоги простих людей»<sup>154</sup>.

#### 1.2.4 Права та обов'язки передавачів і сприймачів

Так як в сучасних засобах масової комунікації як Інтернет-передавачем і сприймачем може бути будь-хто, то в такій ситуації права і обов'язки є покладені саме на особисту відповідальність кожної людини<sup>155</sup>. Відповідальність покладено на всіх, хто бере участь в пересиланнях будь-яких повідомлень<sup>156</sup>. Тому Церква закликає обидві сторони до щирості і старанності... Щодо передавачів інформації знаходимо таке зауваження:

Подавати інформацію – це щось більше, ніж просто спостерігати поточні події й повідомляти про них. Репортер висвітлює подію так, щоб показати її контекст. Він дошукується причин. Він досліджує довколишні обставини й намагається оцінити можливі наслідки<sup>157</sup>.

Цими словами Папська Комісія у справах засобів соціальної комунікації хоче донести нам, що ту чи іншу інформацію не достатньо лише подати, а

<sup>152</sup> *Порнографія і насильство*, п. 29.

<sup>153</sup> *Соціальна комунікація та християнський розвиток молоді*, п. 6.

<sup>154</sup> Там само, п. 6.

<sup>155</sup> Пор: *Communio et progressio*, Вступ.

<sup>156</sup> Пор: *Inter Mirifica*, п. 11.

<sup>157</sup> *Соціальна комунікація як оповісник правди // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*, п. 1.

важливо надати їй особливий сенс. Адже суха інформація сама по собі дає нейтральний або навіть негативний зміст... Більше того, Церква наголошує, що повне розуміння може бути лише просвітлене вірою<sup>158</sup>. «Сучасні засоби соціальної комунікації – це дивовижні новітні знаряддя, за допомогою яких християнин може сповнювати свій обов'язок свідчити правду і служити їй»<sup>159</sup>. Це все, звичайно, в ідеалі. Проте, які є помилки чи порушення передавачів і сприймачів?

Як досліджено, значну роль в засобах масової комунікації, в тому числі Інтернеті, відіграє реклама. Вона, як багато чого в Інтернеті, повністю не підвладна контролю і несе певні виклики. «Хай яким є її зміст, реклама завжди подає або навіює певне світобачення, і воно тисне на християнина, відбивається на його поглядах і оцінках, спрямовує його вчинки»<sup>160</sup>. Тому реклама не лише пропонує до спожитку ту чи іншу продукцію, але й нав'язує певний спосіб життя.

Наступне питання, яке вартує розглянути щодо прав та обов'язків передавачів та сприймачів, це обізнаність, освіченість та належна практична підготовка до різноманітної діяльності в Інтернеті. У 1978 році з нагоди Всесвітнього дня комунікації вийшло папське послання «Права та обов'язки сприймачів у соціальній комунікації».

Важливий акцент був поставлений на медіа-освіті кожного користувача тих чи інших благ засобів масової комунікації. Папа висловив думку, що «медіа-освіта повинна розпочинатися в колі родини»<sup>161</sup>. «Батьки повинні допомагати своїм дітям робити правильний вибір, виробляти свою виважену думку, провадити діалог із комунікаторами»<sup>162</sup>. Святіший Отець дав наступну раду: «Добре було б, якби родини – як батьки, так і діти – об'єднувались у групи, щоб вивчати й обговорювати соціальні проблеми та можливості, що їх створюють засоби соціальної комунікації»<sup>163</sup>.

<sup>158</sup> Пор: *Соціальна комунікація як оповісник правди*, п. 2.

<sup>159</sup> Там само, п. 5.

<sup>160</sup> *Реклама в мас-медіа: користь, небезпека, відповідальність // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа.*

<sup>161</sup> *Права та обов'язки сприймачів у соціальній комунікації // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа.*

<sup>162</sup> *Права та обов'язки сприймачів у соціальній комунікації.*

<sup>163</sup> *Етика в комунікації*, п. 25.

Наступний етап – вишкіл сприймачів. Різні «спільноти вірних повинні допомагати своїм членам вибирати, розуміти й оцінювати медіа-повідомлення»<sup>164</sup>. Цими організаціями папське послання називає католицьку пресу та інші мас-медіа, метою яких є «допомогти вірним виробити до медіа-програм таке ставлення, яке цілком відповідатиме вченню Євангелія»<sup>165</sup>.

Документ робить висновок, що ці організації не можуть змусити того чи іншого користувача забороняти в будь-який спосіб користуватись тим чи іншим джерелом. Вони не можуть постійно подавати списки непристойного контенту, який не можна обирати, як це могло в час існування так званого «Легіону пристойності»<sup>166</sup>. Зі стрімким розвитком різних сучасних медіа тепер такий підхід послання називає недієвим. Папа заохочує вчити користувачів вміння самостійно підходити критично до різних джерел, що їм пропонують (чи нав'язують) сучасні медіа<sup>167</sup> або ж при потребі радитися з людьми, що можуть надати професійну пораду.

Посібник для навчання священників щодо засобів соціальної комунікації 19 березня 1986 року наголошує на важливості належного вишколу майбутнього і теперішнього духовенства. «Вони повинні знати, як медіа діють на суспільство і як їх найкраще застосовувати. Це знання має стати невід'ємною частиною їхньої загальної освіти»<sup>168</sup>. Таким чином бачимо, як Католицька Церква покладає надії на сучасні ЗМК у пасторальному служінні

Конгрегація в 1977 році провела по всіх великих та малих семінаріях опитування, щоб вияснити, чи були її вказівки запровадити в семінаріях навчальний предмет «соціальна комунікація» взяті до уваги і втілені в життя; якщо ж були – то якою мірою»<sup>169</sup>. У цій своїй служінні вони повинні вміти навчати мирян правильного використання засобів масової інформації; вони також повинні знати, як самим використовувати медіа, щоб ті приносили якомога більше користі для апостольської праці. Третій рівень – це вишкіл «спеціалістів», призначений тільки для тих, хто вже працює в мас-медіа, або «тих, хто

<sup>164</sup> Права та обов'язки сприймачів у соціальній комунікації..

<sup>165</sup> Там само.

<sup>166</sup> «Легіон пристойності» створили кілька священників та мирян близько 1930 року, щоб творчими й нестандартними способами боротися проти аморальних фільмів. Зобов'язавшись не дивитися аморальних фільмів і прихилити громадськість до фільмів морально правильних, люди, що пристали до цього руху, стали впливовою силою – на них мусили зважати і продюсери, і власники кінотеатрів у США. (Vigilanti cura (Невсипуща турбота), Енцикліка Папи Пія XI про кінематограф 29 червня 1936 року, Вступ).

<sup>167</sup> Пор: «The Church and Internet» // сайт: Vatican, <[http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_20020228\\_church-internet\\_en.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_en.html)> (дата звернення 10 вересня 2017), п. 11.

<sup>168</sup> Посібник для навчання священників щодо засобів соціальної комунікації // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа, п. 4.

<sup>169</sup> Там само, п. 5.

виявляє особливий хист до роботи з цими засобами». Третій рівень освіти охоплює також тих, які самі мають намір навчати людей щодо засобів масової інформації на перших двох рівнях<sup>170</sup>.

Наступною із важливих тем, що стосується прав та обов'язків передавачів і сприймачів в всесвітній мережі, залишається етика комунікації. У 2000 році Папська рада у справах соціальної комунікації видала документ «Етика в комунікації», який ми в певній мірі можемо застосувати для того, щоб звернути увагу на вище загаданому нетикеті.

Розуміємо, що, у випадку коли ми говоримо про етику комунікації, це стосується збереження гідності особи. Через зростання «економічного й ідеологічного тиску на медіа, який знижує чинні етичні стандарти»<sup>171</sup>. «У медіа набули тривожного поширення різноманітні кліше та стереотипи – расові, статеві, вікові, а також релігійні»<sup>172</sup>. Хтось може сказати, що не користується інтернетом настільки, щоб мав якусь відповідальність щодо пошанування чи зневаження гідності особи в Інтернеті. Проте, навіть ті «не можуть уникнути контакту з тими, хто перебуває під великим впливом медіа»<sup>173</sup>.

Особливе занепокоєння викликає Інтернет з огляду на радикальні наслідки, які він приносить: втрату цінності, що притаманна інформації; недиференційовану одноманітність повідомлень, які зводяться до простого інформування; відсутність відповідального зворотного зв'язку (feedback) і певне знеохочування підтримувати міжособові стосунки<sup>174</sup>.

Тому Церква закликає «постійно вивчати впливи й особливо етичні наслідки появи нових медіа»<sup>175</sup>. Проте документ, який стосується етики в комунікації, робить висновок, що «не треба створювати нової етики; достатньо використати чинні етичні засади, застосувавши їх до нової ситуації»<sup>176</sup>.

Таким чином, можемо зробити висновок, що Інтернет є тим ресурсом, який в глобальний спосіб може бути використаний як на добро, так і на зло. Нам особисто вирішувати, як його використовувати. «Пастирське завдання

<sup>170</sup> Посібник для навчання священиків щодо засобів соціальної комунікації, п. 9.

<sup>171</sup> Пор: Етика в комунікації, п. 4.

<sup>172</sup> Там само, п. 14.

<sup>173</sup> Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа, с. 370.

<sup>174</sup> Етика в комунікації, п. 24.

<sup>175</sup> Там само, п. 27.

<sup>176</sup> Там само, п. 28.

священика – зрозумілим способом донести до людини послання спасіння й переконати її жити моральним життям»<sup>177</sup>.

Все ж, попри вдале використання, сучасні засоби комунікації не зможуть замінити спілкування справжнього. Віртуальне спілкування між інтернет-сторінками більш схоже на спілкування баз даних, а не осіб. Тоді «у що перетвориться любов у такому світі?» Переваги, що є в Інтернеті не завжди зможуть пришвидшити налагодженість справжніх відносин.

Віртуальна реальність не є заміною реальної присутності Христа в Євхаристії, сакраментальною реальністю інших таїнств, і загального поклоніння в людському суспільстві з плоті і крові... Ось ще один аспект Інтернету, який вимагає вивчення і роздуми. У той же час, в пастирському плануванні (через Інтернет) слід розглянути питання про те, як вести людей від кіберпростору до істинної спільноти, і як через навчання і катехизації Інтернет міг би згодом використовуватися для підтримки і збагачення прихильності до християнського<sup>178</sup>.

### 1.2.5 Погляд УГКЦ на розвиток пасторального Інтернет-служіння

Можемо зауважити, що при публічних зверненнях глава і отець Української Греко-Католицької Церкви на початку своїх проповідей звертається до всього духовенства і мирян, а також окремо до тих, які мають можливість слухати і бачити його промову завдяки сучасним засобам масової комунікації.

Предстоятель УГКЦ (2001–2010) Любомир Гузар свого часу зауважував, що оскільки Ісус Христос не цурався нормальних, природних засобів комунікації, тому й Церква сьогодні не повинна оминати ЗМІ та соціальні медіа. На його думку, Ісус Христос застосовував сучасні йому природні засоби і «якби Ісус Христос був тут, то Він би напевно писав на комп'ютері». Тож він так само наголошував на тому, що Церква повинна використовувати нові засоби комунікації<sup>179</sup>.

Можна сказати, що таким частим зверненням Блаженніший Святослав вже показує своє розуміння до важливості сучасних медіа для проголошення Доброї Новини. Позитивний відгук на заклик Апостольської столиці щодо розвитку і використання сучасних засобів масової комунікації для ширення Божого Слова ми бачимо і на Синодах Єпископів УГКЦ<sup>180</sup>:

<sup>177</sup> Посібник для навчання священиків щодо засобів соціальної комунікації, п. 23.

<sup>178</sup> *The Church and Internet*, п. 9.

<sup>179</sup> С. КОЗИРЯЦЬКА, *Мережеві християнські видання українського медіапростору : монографія*, с. 25.

<sup>180</sup> Пор: РЕДАКЦІЙНА КОМІСІЯ СИНОДУ ЄПІСКОПІВ УГКЦ, «Синод закликав охороняти скарб» // сайт: *Українська Греко-Католицька Церква св. Миколая Чудотворця на Аскольдовій могилі*, <<http://askoldova-mohyla.org/uk/item,1430>> (дата звернення 30 квітня 2017).

Я хочу побажати всім втілювати свою віру в своє життя і в свою культуру, в якій ви сьогодні живете. Використовуйте усі засоби, також і сучасні технології. Навіть сучасні Засоби масової інформації, навіть Інтернет, навіть соціальні мережі – все для того, щоб передавати добрі новини<sup>181</sup>.

Багато акцентів предстоятеля УГКЦ стосуються важливості якісної комунікації. Наприклад у «Посібнику для організації соціального служіння у парафіях» блаженніший Святослав постійно наголошує на правильному спілкуванні, з якого починається і супроводжується дбайлива опіка<sup>182</sup>.

У Резолюціях VI сесії Патріаршого Собору УГКЦ «Жива парафія – місце зустрічі з живим Христом» є декілька пунктів, присвячених Пасторальному Інтернет-служінню, зокрема:

- Підтримати розвиток Офіційного сайту УГКЦ, в тому числі різними мовами;
- Подбати про професійний вишкіл і постійну формацію дяків/читців та створити інтернет-ресурси для заочного навчання дяків;
- Створити парафіяльний сайт або сторінку в соціальних мережах<sup>183</sup>.

Глава Церкви в одній з проповідей щодо передачі і прийняття інформації вдало навів цитату зі Святого Письма, а саме: «Світло тіла – око. Як, отже, твоє око здорове, все тіло твоє буде світле. А коли твоє око лихе, все тіло твоє буде в темряві. Коли ж те світло, що в тобі, темрява, то темрява – якою ж великою буде!» (Мт. 6, 22-23). Цими словами Патріарх хотів сказати, що хто бачить все у світлі, то так і буде його представляти, будучи світильником, і – навпаки. За приклад великого світильника нашої Церкви Блаженніший Святослав в проповіді на 150-річчя канонізації св. Йосафата представив приклад святого, чие життя і проповідь по-справжньому єднала<sup>184</sup>.

Також патріарх одного разу звернув увагу на швидкоплинний стиль життя сьогодення. Тому важливо швидко реагувати на актуальні питання і доносити свою відповідь зрозумілою мовою.

<sup>180</sup> О. Кудрін, «Блаженніший Святослав: Чому свято Різдва таке важливе для християн» // сайт: *УКРІНФОРМ*, 5 січня 2017, <<https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2377143-blazennisij-svatoslav-comu-svato-rizdva-take-vazlive-dla-hristian.html>> (дата звернення 10 січня 2017).

<sup>181</sup> Пор: «Любов'ю служіть один одному: посібник для організації соціального служіння у парафіях» // сайт: *Карітас України*, <[https://caritas-ua.org/wp-content/uploads/2017/11/SERVICE\\_LOVE\\_EACH\\_OTHER.pdf](https://caritas-ua.org/wp-content/uploads/2017/11/SERVICE_LOVE_EACH_OTHER.pdf)>. (дата звернення 7 березня 2018).

<sup>182</sup> Резолюції VI сесії Патріаршого Собору УГКЦ «Жива парафія – місце зустрічі з живим Христом» // [http://news.ugcc.ua/documents/rezolyutsii\\_vi\\_sesii\\_patriarshogo\\_soboru\\_ugkts\\_zhiva\\_parafiya\\_\\_mistse\\_zustrichi\\_z\\_zhivim\\_hristom\\_74724.html](http://news.ugcc.ua/documents/rezolyutsii_vi_sesii_patriarshogo_soboru_ugkts_zhiva_parafiya__mistse_zustrichi_z_zhivim_hristom_74724.html).

<sup>183</sup> Пор: БЛАЖЕННИШИЙ СВЯТОСЛАВ, «Вогонь св. Йосафата» // *Скинія* 3.VIII – 14 X (2017) 46-49.



Сучасна дійсність така динамічна, що проблеми, які колись вимагали століть роздумів, тепер мусимо пояснювати вже за місяць, так швидко інкультурувати, підібрати слова, терміни, поняття, щоб з одного боку, автентично передавати нашу віру, а з другого, робити це зрозуміло для сучасної людини, особливо молоді<sup>185</sup>.

Оглянувши природу Інтернету, його переваги, виклика та офіційну точку зору Католицької Церкви щодо використання Мережі у другій главі ми спробуємо дослідити практичне втілення пасторального служіння УГКЦ в Україні в продовж останніх 10 років (2007 – 2017 рр.). Це дасть змогу далі зробити висновки наскільки пасторальне служіння в Інтернеті виконується за побажаннями єпископів нашої Церкви і в чому ще потрібно допрацьовувати.

---

<sup>185</sup> *Діалог лікує рани. Блаженніший Святослав Шевчук у розмові з Кишицефом Томасиком*, пер. пол. Тарас Різун, Львів: Свічадо, 2018, с. 172.

## РОЗДІЛ II

# РЕАЛІЇ ПАСТОРАЛЬНОГО ІНТЕРНЕТ-СЛУЖІННЯ УГКЦ В УКРАЇНІ ПРОДОВЖ ОСТАННІХ ДЕСЯТИ РОКІВ

Україна, як інші країни колишнього СРСР, після своєї незалежності в 90-х роках різко потрапила з обмеженого вузького простору ЗМК у багатогранну з багатьма можливостями систему обміну інформації<sup>186</sup>. В Україні продовж 1997-2017 рр. зростає кількість користувачів Інтернету з 1% до 63%. Бачимо, що найбільший стрибок відбувся у 2007-2017 рр. (19% до 63)<sup>187</sup>.

Прийняття закону в 1990 році «Про свободу віросповідання» та «Про свободу совісті та релігійних організацій» дало поштовх для глобальної діяльності Церкви в ЗМК<sup>188</sup>. В Україні вже з 90-х років комп'ютер та подекуди Інтернет стає звичайним засобом творення книжок, радіо-сюжетів і т. д.<sup>189</sup> Таким чином, Інтернет-ресурси стають сучасним інтерактивним засобом євангелізації, катехизації, комунікації, просвітництва в Церкві. Медіатизація всього, в тому числі релігії, розвиває віртуальне місіонерство чи медіакапеланство<sup>190</sup>, яке з 1990-х рр. почалося першочергово практикуватися в Протестантських Церквах<sup>191</sup>. Вважається, що саме 2000 рік є початком розвитку спеціалізованих веб-ресурсів, в тому числі конфесійних нових медіа в Україні<sup>192</sup>.

---

<sup>186</sup> Пор: Г. ПОЧЕПЦОВ, *Сучасні інформаційні війни*. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія» 2015, с. 100.

<sup>187</sup> Пор: Динаміка користування Інтернетом в Україні впродовж 1997 – 2017 рр. – Додаток № 2.

<sup>188</sup> Л. МАРЬИНА, *Журналистика и культура: динамика взаимодействия: учебное пособие*, с. 145.

<sup>189</sup> Пор: Б. ПОЛЯТИНИК, *Інтернет-журналістика: навч. Посіб.*, с. 13.

<sup>190</sup> Пор: М. БАЛАКЛИЦЬКИЙ, *Медіатизація протестантизму в Україні 1991-2010 років: монографія*, с.5.

<sup>191</sup> Пор: Там само, с.19.

<sup>192</sup> Пор: Ю. ЛАВРИШ, *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*, с. 13.

Церковна спільнота у своїй пасторальній діяльності володіє особливою рисою як «конвергентність (тобто медіауніверсальність і всеохопність), інтерактивність, мобільність та оперативність»<sup>193</sup>. «Інтерактивні платформи веб-ресурсів та соціальних мереж дають змогу ці проблеми обговорювати і дискутувати, перетворюючи їх у комунікаційному полі з табуйованих в доступні для обговорення»<sup>194</sup>. Проте, для такої «кабельної громади» для взаємодії слід мати, нехай навіть неофіційну, соціальну організацію, ієрархію, особистий статус<sup>195</sup>.

«Протягом тривалого часу Церква була потужним центром для формування ментального і духовного рівня українців»<sup>196</sup>. Інтернет створив ще краще середовище діалогу Церкви<sup>197</sup>. Цей діалог полягає не лише в спілкуванні між собою духовенства, а духовенства і мирян, а також віруючих і не віруючих, представників різних релігій. Церква через Інтернет дуже швидко може почути реакцію своєї пастви<sup>198</sup>, через філософію діалогізму.

Явище як «діалогізм, притаманний новим медіям поступово змінює модель комунікації Церкви з рештою суспільства з комунікації-розсіювання на комунікацію-діалог»<sup>199</sup>. Ініціатором розширити ЗМІ на ЗМК, як ми вже згадували, є саме Церква. Після II Ватиканського Собору ініціатива доносити суспільству Слово разом із новими тенденціями ЗМК перетворила спосіб спілкування у Церкві з монологу на діалог<sup>200</sup>. Тобто, якщо «монологізм охоплює самовпевненість, фанатизм, нетерпимість до думки іншого. Діалогізм – це насамперед відкритість світові і потреба в іншому. Це не тільки етап спілкування, але найперше – комунікації»<sup>201</sup>.

Комунікацію між Церквою та суспільством у нових медіях розглядаємо крізь призму явища діалогізму. Філософія діалогізму розвивається у ХХ столітті у працях Михайла Бахтіна, Мартіна Бубера, Фердинанда Ебнера, Франца Розенцвейга, Семена Франка та інших дослідників... Діалогізм – це система порозуміння з прочитанням себе через

<sup>193</sup> Ю. ЛАВРИШ, *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*, с. 18.

<sup>194</sup> Там само, с. 39.

<sup>195</sup> Пор: Д. МАК-КВЕЙЛ, *Теорія масової комунікації*, с. 134-135.

<sup>196</sup> Ю. ЛАВРИШ, *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*, с.10.

<sup>197</sup> Там само, с. 4.

<sup>198</sup> Там само, с. 10.

<sup>199</sup> Ю. ЛАВРИШ, *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*, с. 4.

<sup>200</sup> Пор: Там само, с. 21.

<sup>201</sup> Ю. ЛАВРИШ, *Діалогізм у нових медіях України як засіб соціальних комунікацій: релігійний аспект*. Кандидатська дисертація: Львівський національний університет імені Івана Франка 2016, с. 5.

іншого, розуміння тексту через обов'язкову наявність іншого тексту, через поліфонію різних голосів... Діалогізм – це насамперед відкритість світові і потреба в іншому. Це не тільки етап спілкування, але найперше – комунікації, оскільки комунікація – це тип суб'єктивно-суб'єктивної взаємодії, для якої характерний зворотній зв'язок, обмін інформацією, думками почуттями, цінностями<sup>202</sup>.

Можемо спостерігати як Церква на різних платформах інтернет-простору у різний спосіб займається як внутрішньоцерковним так і зовнішнім діалогом<sup>203</sup>. Інтернет-ресурси для багатьох з духовенства чи мирян є вже нормальним способом душпастирського служіння. Тому та чи інша особа використовує блага Інтернету подібно блокноту – не задумуючись<sup>204</sup>.

Попри негативні наслідки атеїстичного радянського режиму, який сферу релігійного життя відкинув на маргінес<sup>205</sup>, «останні соціологічні опитування за 2013 рік доводять, що українці найбільше довіряють Церкві... 50%»<sup>206</sup>. В останні часи, а саме «впродовж подій Майдану та Революції (яка й надалі триває), Церква отримала найбільший кредит довіри від суспільства серед різноманітних інституцій та організацій»<sup>207</sup>. Наразі рейтинг довіри до Церкви і медіа коливається майже порівну<sup>208</sup>. Варто зазначити, що Україна вважається однією з найрелігійніших країн Європи<sup>209</sup>.

Одна з причин успіху у відносинах духовенства і вірних, як ми вже згадували, проявилася в постійній єдності у відносинах. Ця єдність полягає в тому числі у постійній комунікації. Можемо ствердити, що нові медіа ще більше сприяють надалі підтримувати і розвивати діалог духовенства та вірних.

Тема пасторального служіння УГКЦ в Інтернеті є мало досліджена, хоча бачимо як «Інтернет міцно увійшов у сферу релігії, про що свідчать також форуми для віруючих, блоги священників, представництва конфесійних видань у соціальних мережах тощо»<sup>210</sup>. Тому для цього розділу тематична інформація вибиратиметься фрагментарно через огляд вищезгаданих каналів. Також

<sup>202</sup> Ю. ЛАВРИШ, *Діалогізм у нових медіях України як засіб соціальних комунікацій: релігійний аспект*, с.11.

<sup>203</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з п. Тарасом Антошевським – Додаток № 9.

<sup>204</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Ростиславом Пендюком – Додаток № 12.

<sup>205</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з Юліаною Лавриш – Додаток № 5.

<sup>206</sup> Ю. ЛАВРИШ, *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*, с. 47.

<sup>207</sup> Там само, с. 5.

<sup>208</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з п. Тарасом Антошевським – Додаток № 9.

<sup>209</sup> С. КОЗИРЯЦЬКА, *Мережеві християнські видання українського медіапростору : монографія*, с. 19.

<sup>210</sup> Там само, с. 43

останнім часом ми є свідками семінарів, форумів, конференцій, де розглядаються як світськими, так і релігійними журналістами питання праці Церкви в Інтернеті (наприклад, медіафоруми на тему «Церква і журналістика»<sup>211</sup>, «Богосвячене життя в добу цифрової культури»<sup>212</sup> та ін.). Точки зору з таких заходів будуть також враховані.

Отже, у другому розділі метою буде не стільки представити всі сайти УГКЦ чи ті сайти, що мають причетність до УГКЦ, а лише через вибіркового пошук продемонструвати виокремлені основні інтернет-джерела з їхніми особливостями. Також спробуємо побачити важливість Інтернету у трансляції інших ЗМК УГКЦ. Основний акцент буде поставлений на останні 10-ти років.

## 2.1 Релігійні сайти та Інтернет-програми

Практично до 2001 року УГКЦ пасторальне служіння в Інтернеті полягало лише в е-mail розсиланні. Починаючи з приїзду папи Івана Павла II до України, УГКЦ починає свій старт у ширшому використанні Всесвітньої мережі для свого пасторального служіння: спочатку загальноцерковного, а потім внутрішньоцерковного рівня. Хоча, звісно, спочатку інтернет-сайти служили лише для інформування<sup>213</sup>.

Згідно з даними Звіту про мережу церков і релігійних організацій в Україні (станом на 01.01.2017 р.), УГКЦ налічувала 31 електронних/мережевих видів ЗМК<sup>214</sup>. Зі стрімким розвитком інтернет-комунікації сьогодні точну кількість інтернет-каналів, де займається УГКЦ пасторальним служінням, порахувати важко.

---

<sup>211</sup> У Франківську відбувся II медіа-форум «Церква і журналістика» // сайт: Офіційний медіаресурс Івано-Франківської Архієпархії Української Греко-Католицької Церкви, 27 лютого 2017, <<http://ugcc.if.ua/index.php/uk/holovna/591-viina-tse-ne-parad-a-trahediia-neshchastia-bil-vladyka-bohdan-dziurakh-pro-den-peremohu>> (дата звернення 29 січня 2018).

<sup>212</sup> Пор: У Львові триває форум для монашества «Богосвячене життя в добу цифрової культури» // сайт: Інформаційний ресурс Української Греко-Католицької Церкви, 26 вересня 2018, <[http://news.ugcc.ua/news/u\\_lvovi\\_trivaie\\_forum\\_dlya\\_monashestva\\_bogoposvyachene\\_zhittya\\_v\\_dobu\\_tsifrovoi\\_kulturi\\_83958.html](http://news.ugcc.ua/news/u_lvovi_trivaie_forum_dlya_monashestva_bogoposvyachene_zhittya_v_dobu_tsifrovoi_kulturi_83958.html)> (дата звернення 2 жовтня 2018).

<sup>213</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з п. Тарасом Антошевським – Додаток № 9.

<sup>214</sup> Пор: С. КОЗИРЯЦЬКА, *Мережеві християнські видання українського медіапростору* : монографія, с. 22.

### 2.1.1 Офіційні сайти УГКЦ

Маємо на увазі Офіційний сайт УГКЦ (ugcc.ua), архиєпархіальні та єпархіальні сайти (наприклад ugcc.lviv.ua, stry1.ugcc.org.ua та ін.), які можна назвати першим типом системи релігійного інформування в Інтернеті. Сайти парафій, окремих релігійних організацій (наприклад, «Парафія святих Кирила і Методія» – rkm.if.ua, «Українська Молодь Христові» – umh.org.ua) тощо<sup>215</sup>. На таких сайтах «розміщують офіційні документи релігійних організацій, анонсують важливі релігійні події у своєму середовищі, апелюють до органів влади чи цілого суспільства з метою вплинути на вирішення злободенних питань тощо»<sup>216</sup>. Згідно з Канонами партикулярного права УГКЦ<sup>217</sup>, «законодавчі акти Церкви, тобто певні грамоти, декрети і рішення синоду загально-церковного, так званого патріаршого великого, вони вступають в дію після публікацію на цьому Офіційному сайті УГКЦ»<sup>218</sup>.

За словами отця Павла Дроздяка, керівника прес-служби Львівської Архиєпархії офіційні церковні сайти не є конкурентноспроможні. Тобто, вони не можуть бути розважальними, розміщувати рекламу: «інформація на таких сайтах має бути досить виваженою, перевіреною, офіційною»<sup>219</sup>. На таких сайтах зазвичай доволі «стримано» публікується інформація, чітко розміщена по розділах (новини, відео-ресурси, електронна бібліотека, інформаційний відділ тощо). Тут неможливо говорити про «сухість» чи цікавість інформації, адже мета офіційних сайтів – це чітке інформування. Щоправда сайти окремих релігійних організацій мають змогу на свій розсуд в публікації різного матеріалу поводитись більш креативно. Тобто за потребою розміщувати контент різного характеру.

<sup>215</sup> Пор: І. СКЛЕНАР, «Специфіка новин в релігійних інтернет-виданнях» // *Український інформаційний простір: науковий журнал* Ч.2, Київ (2014), с. 134.

<sup>216</sup> Там само, с. 134.

<sup>217</sup> «Канони партикулярного права Української Греко-Католицької Церкви» // сайт: *Українська Греко-Католицька Церква*, 4 квітня 2018, <[http://ugcc.ua/documents/kanoni\\_partikulyarnogo\\_prava\\_ugkts\\_82426.html](http://ugcc.ua/documents/kanoni_partikulyarnogo_prava_ugkts_82426.html)> (дата звернення 15 листопада 2018).

<sup>218</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Ігорем Яцівом – Додаток № 10.

<sup>219</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

### 2.1.2 Універсальні духовно-культурні<sup>220</sup> сайти

Важливий приклад універсального духовно-культурного сайту УГКЦ є проект команди Патріаршої комісії у справах молоді – сайт «ДивенСвіт»: інтерактиви, публіцистичний стиль, якісний привабливий сучасний молодіжний імідж. Завдяки новому дизайну реципієнт привертає свою увагу. Команда «ДивенСвіту» підбирає правильну кольористику сайту, рубрикацію, шрифти, цікаві теми, які хвилюють різні категорії людей<sup>221</sup>. «Новинна інформація, розміщена на сайті, підібрана за основним критерієм – вона має бути важлива для сучасної молоді, яка намагається жити згідно з християнським вченням. У новинах помітно емоційний чинник»<sup>222</sup>.

Сайт «Католицький Оглядач» (catholicnews.org.ua) – характеризується якісним моніторингом католицьких новин у світі, дискусійними темами статей, авторським забарвленням сайту, частими духовними розважаннями.

Сайт «УКУ» (ucu.edu.ua) – один із прикладових сайтів УГКЦ. Якість сайту демонструє професійну працю прес-служби. Сайт подає не тільки новини університету, а також різні аналітичні матеріали.

Сайт «Credo» (credo.pro) – можна назвати каналом УРКЦ, проте видимо дбає також для вірних УГКЦ (публікує статті про основні події в УГКЦ, літургійні читання і т. п.)<sup>223</sup>.

До універсальних сайтів можна долучити також сайти крамниць товарів релігійного вжитку, сайти, присвячені пам'яткам релігійної архітектури тощо<sup>224</sup>.

## 2.2 Інтернет – як канал трансляції (поширення) інших ЗМК УГКЦ

Через популярність різнобічного використання Інтернету все більше різних каналів ЗМК акцентують свою увагу також на Мережі у своїх інтернет-виданнях. «Інтернет-видання – це вид засобу масової комунікації, що поєднує у собі

<sup>220</sup> Пор: І. СКЛЕНАР, «Специфіка новин в релігійних інтернет-виданнях», с. 135.

<sup>221</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з Юліаною Лавриш – Додаток № 5.

<sup>222</sup> І. СКЛЕНАР, «Специфіка новин в релігійних інтернет-виданнях», с. 136.

<sup>223</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з Юліаною Лавриш – Додаток № 5.

<sup>224</sup> Див. І. СКЛЕНАР, «Специфіка новин в релігійних інтернет-виданнях», с. 136.

властивості всіх традиційних ЗМІ та має власні ознаки – гіпертекст, мультимедіа, інтерактивність; середовищем існування є всевітня мережа мереж»<sup>225</sup>.

Оглянемо основні інтернет-канали УГКЦ в Україні, які є на 2017 рік.

### 2.2.1 «Живе ТБ» (zhyve.tv)

Стрімкий розвиток у функціонуванні механізму почався з виникненням «Живого Телебачення», яке транслюється через Інтернет з 2011 року. Новий виток розпочався зі зміни інтерфейсу<sup>226</sup>, іміджу. «Живе ТБ» почало продукувати нові якісні та цікаві програми, які посилили розвиток і збільшили рейтинг медій УГКЦ<sup>227</sup>. Перегляд трансляцій є порівняно високий. Один із прикладів успішної співпраці «Живого ТБ» та світського телебачення є трансляція на «5 каналі» однієї з передач «Живого ТБ» «Відкрита Церква». Загалом основним «онлайн-плеєром» відео-ресурсів послужився відомий сайт «YouTube» (youtube.com) та «Facebook» (facebook.com)<sup>228</sup>.

### 2.2.2 Радіо «Воскресіння» (reradio.com.ua)

До того, як радіо з'явилося в Україні, воно почало свою діяльність ще у 1988 році в Брюсселі, яке мало би «виходити на коротких хвилях і транслюватися на територію України»<sup>229</sup>. Головна мета створення цього проекту – «донесення Божого Слова до вірних УКЦ, яка на той час ще перебувала в підпіллі»<sup>230</sup>. З 2015 року з огляду на сучасні тенденції та економічні проблеми (за словами о. І. Яціва) проект був реорганізований, зараз існує як цілодобова Інтернет-радіостанція, «де головний акцент поставлено на спілкування з аудиторією»<sup>231</sup>.

<sup>225</sup> С. КОЗИРЯЦЬКА С, *Мережеві християнські видання українського медіапростору : монографія*, с. 68

<sup>226</sup> Інтерфейс (англ. interface – перегородка) – сукупність засобів, методів і правил, що забезпечують взаємодію пристроїв обчислювальної системи, програм та (або) користувача. Так, наприклад, клавіатура й мишка є елементами інтерфейсу в парі «користувач – комп'ютер». Якщо дивитися на інтерфейс із позиції користувача, то це засіб, через який відбувається взаємодія з інформаційною системою, пристроєм тощо («Словник» // сайт: *Медіадрайвер*).

<sup>227</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з Юліаною Лавриш – Додаток № 5.

<sup>228</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Ігорем Яцівом – Додаток № 10.

<sup>229</sup> Б. РОМАНОВ, «На хвилі Воскресіння» // *Пізнай Правду* 112 (2017) 10.

<sup>230</sup> Там само.

<sup>231</sup> Пор: Там само, с. 11.



### 2.2.3 Друковані видання

Творитись друковані видання в УГКЦ могли від монашого згромадження, з благословення певної Церковної влади, або з приватної ініціативи представника духовенства чи вірних Церкви<sup>232</sup>. Перші часописи від Унійної Церкви можна побачити з 19 ст., «розквіт» церковної літератури – перша половина 20 ст.<sup>233</sup>. До прикладу, часопис «Місіонар» заснований у 1897 році. Один з найвідоміших часописів УГКЦ з огляду на важливість розповсюдження Божого Слова транслює своє видання також через свій сайт (misionar.in.ua).

Для об'єднання основної важливої інформації кожній великій організації потрібно мати офіційне видання. Подібні прагнення були і в УГКЦ. Владика Юліян Ѓбур, на одному із Синодів єпископів УГКЦ, «запросив на Святоюрську гору журналістів переважно світських ЗМІ, щоб продискутувати ідею нового суспільно-релігійного часопису. Ідеалом владика Юліяна були польський тижневик «Tygodnik Powszechny», французький «La Croix», англійський «The Tablet». Натомість, суспільно-релігійна газета «Арка»<sup>234</sup>, «яка мала потенціал стати потужним суспільним детонатором церковного мислення в цілому українському суспільстві, перетворилася на єпархіальний часопис, ним практично не будучи, таки змушена рано чи пізно померти» з грудня 2008 року»<sup>235</sup>.

Варто згадати часопис «Патріархат». Теперішній головний редактор журналу п. Володимир Мороз говорить, що попри його тривалу історію ще з підпільної УГКЦ, ніколи «не стояло питання про те, щоб "Патріархат" був основним друкованим органом Церкви... Цінність журналу в тому, що «Патріархат» дозволяє бачити поліфонію голосів Церкви... потрібне оте

<sup>232</sup> Пор: С. КОЗИРЯЦЬКА, *Мережеві християнські видання українського медіапростору: монографія*, с. 179-182.

<sup>233</sup> Традиції і передумови становлення церковної преси в Україні // Збірник праць кафедри української преси. – Львів: ЛНУ ім. І.Франка, 2001. – Вип.4-6. с. 697.

<sup>234</sup> Пор: СКЛЕНАР І. «Сучасна церковна преса в Україні: проблематика та зміст» // *Вісник Львівського університету: серія журналістика* 23, Львів (2003), с. 258.

<sup>235</sup> Пор: М. КРОКОШ, «Німа Церква» // сайт: *Оранта*, 20 травня 2009, <[http://oranta.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=328:zmi-i-ugkc&catid=27:gk-v-ukrajini-cat&Itemid=57](http://oranta.org/index.php?option=com_content&view=article&id=328:zmi-i-ugkc&catid=27:gk-v-ukrajini-cat&Itemid=57)> (дата звернення 20 жовтня 2017).

Отже, за словами греко-католицьких публіцистів, духовних осіб, релігієзнавців та журналістикознавців наразі нема офіційного часопису, яке би акумулював у собі значущі ідеї УГКЦ<sup>237</sup>. Проте, таким центральним каналом можемо назвати Офіційний сайт УГКЦ<sup>238</sup>.

Інші друковані джерела за думкою редактора вибирають, що саме розміщувати. Кожне джерело за потребою часу обов'язково має хоча б свій офіційний сайт і також створює свої сторінки у соціальних мережах<sup>239</sup>, що демонструє важливість явища Інтернет у світі. Як приклад можна навести також часопис «Мета» (meta-ugcc-lviv.com), журнали «Сто Талантів» (facebook.com/stoTalantiv), «Кана» (kana.org.ua) і т. д. До речі, журнал «Кана» з огляду, що це часопис для молоді, публікує статті у «форматі блогу, який більш притаманний Інтернету, в «Кані» перейшов на сторінки»<sup>240</sup> паперові. Інтернет-сторінки друкованих видань можуть слугувати як візитки видань, онлайн-видання або офлайн-видання<sup>241,242</sup>.

Релігійні книги, документи та інші первинно друковані на папері джерела все більше з'являються в мережі Інтернет онлайн. Наприклад сьогодні Катехизм УГКЦ «Христос – наша Пасха» можна через Всесвітню мережу і прочитати<sup>243</sup>, і навіть прослухати<sup>244</sup>. Варто згадати, що також сьогодні багато подібного матеріалу викладено для катехитів і вірних на сайті (rcc.ugcc.org.ua). Список можна продовжувати: «Катехитично-просвітницькі, видання інтелігенції,

<sup>236</sup> Приватне інтерв'ю з п. Михайлом Морозом – Додаток № 7.

<sup>237</sup> Пор: СКЛЕНАР І., «Типологія та характеристика сучасної греко католицької преси України» // *Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник*, К: 2009 (жовтень–грудень), с. 191.

<sup>238</sup> Приватне інтерв'ю з о. Ігорем Яцівом – Додаток № 10.

<sup>239</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

<sup>240</sup> І. СКЛЕНАР, *Нішеві часописи УГКЦ: місія, структура, жанрово-стильові особливості (За матеріалами журналів «Кана», «Скинія») // І. Скленар. Збірник праць Науково-дослідного центру пресознавства Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника, Львів 2016, <[http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZPNDZP\\_2016\\_6\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZPNDZP_2016_6_21)> (дата звернення 3 жовтня 2018).*

<sup>241</sup> Офлайн (англ. offline – не на лінії, поза мережею) – режим мовлення, за якого немає технічної можливості бути підключеним до мережі, працювати в режимі реального часу. У медіасфері цим поняттям, протилежним до «онлайн», нині позначають традиційні ЗМІ – телебачення, радіо, друковану пресу, які не працюють в інтернеті, наприклад: офлайнова газета («Словник» // сайт: *Періодика*).

<sup>242</sup> Пор: С. КОЗИРЯЦЬКА, *Мережеві християнські видання українського медіапростору: монографія*, с. 170-176.

<sup>243</sup> *Катехизм «Христос – наша Пасха». Електронна версія // сайт: Патріарша катехитична комісія Української Греко-Католицької Церкви*, 18 лютого 2013, <<http://rcc.ugcc.org.ua/?p=161>> (дата звернення 5 жовтня 2018).

<sup>244</sup> «Катехизм в аудіоформаті став доступний онлайн» // сайт: *ДивенСвіт*, 4 жовтня 2018, <<https://dyvensvit.org/novyny/1016869>> (дата звернення 5 жовтня 2018).

офіційні видання ієрархії, для молоді та для дітей»<sup>245</sup> тощо. Преса від УГКЦ сьогодні чисельно доступна в Інтернеті. Чимало видань, наприклад, як «Свічадо», освоєє мультимедійний ринок, що зараз є нормою: випускають диски з молитвами, духовними піснями, катехизаціями...<sup>246</sup>. Звичайно, що розміщення і користування приватним виданням, наприклад, в форматі PDF в безкоштовному доступі, створює проблеми з авторським правом. Все ж, за словами експертів, на сьогодні Інтернет не спроможний замінити періодику<sup>247</sup>, проте слід зважити на зменшення купівлі журналів через масове користування благами Інтернет-можливостей<sup>248</sup>.

## 2.2.4 Мобільні додатки

Безкоштовні додатки є новим та успішним інтерактивним мережевим виданням серед мобільного контенту в УГКЦ. Простота, доступність і користь сприяла чисельним завантаженням додатків на смартфони духовенства та вірних УГКЦ. о. Олег Кобель поділився власним досвідом використання мобільних приладів для пасторальної діяльності такими словами:

дзвонити, слухати музику і бавитися в ігри – як на мене це трохи примітивно у 21 столітті. Смартфон дає мені можливість робити те, про що священники могли колись лише мріяти... Не потребує носити требника і церковного календаря, бо він є в моєму алюмінієвому другові. Не потребує шукати уставу богослужінь, бо є дуже добрі друзі, що все вклали в календар «ДивенСвіту»<sup>249</sup>.

Сьогодні маємо наступні програми:

«Цитати Любомира Гузара» – автором став колись громадський активіст і політик, а сьогодні радник міського голови Андрій Юсов за підтримки Вінницької міської ради та організації технологічної співпраці «iHUB».

<sup>245</sup> І. СКЛЕНАР, «Типологія та характеристика сучасної греко-католицької преси України», с. 187.

<sup>246</sup> М. КРОКОШ, «Німа Церква».

<sup>247</sup> Періодика – загальна назва для газет і журналів, які регулярно виходять у світ у призначений час під однією й тією ж назвою, із тотожним оформленням («Словник» // сайт: Медіадрайвер).

<sup>248</sup> Пор: OPEN CHURCH (продюсер), «Церква в об'єктиві медіа | Відкрита Церква. Діалоги», 2 листопада 2017, <<https://www.youtube.com/watch?v=INBtOeZah8g&t=1821s>> (дата звернення 20 березня 2018).

<sup>249</sup> О. О. КОБЕЛЬ, «Про один з девайсів у священничому житті» // *Пізнай Правду* 112 (2017) 12.

«Молитовник УГКЦ» – молитовник розробляється з Благословення Архієпископа-Митрополита Кир Володимира Війтишина за підтримки отців Василян в Івано-Франківську<sup>250</sup>.

«ДивенСвіт Календар УГКЦ» – Церковний календар Української Греко-Католицької Церкви є волонтерською розробкою Молодіжної та Літургійної комісії УГКЦ. В електронному додатку можна знайти календар УГКЦ, устав та тексти богослужінь, літургійні читання з розважаннями владики Венедикта Алексійчука, перлини східних Отців та Життя Святих<sup>251</sup>.

«Інтерактивна карта УГКЦ»<sup>252</sup> – проект, на якому зображені всі парафії УГКЦ та основна важлива інформація про них.

Зараз ми є свідками опрацювання додатку «Довідник спільнот УГКЦ», де Комісія у справах молоді УГКЦ зробила онлайн опитування стосовно наповнення програми<sup>253</sup>.

## 2.2.5 Екуменічна праця в Інтернеті

У 1989 році Папська Рада у справах соціальної комунікації видала «Критерії екуменічної та міжрелігійної співпраці у сфері комунікації». Цей документ звертає увагу на співпраці християнських медій, яка повинна базуватися на професіоналізмі, різнобічності та обміні досвіду<sup>254</sup>.

Успіх екуменічної праці залежить від толерантності і встановлення певних правил. До прикладу треба розуміти, «що релігійна журналістика є ширшим поняттям ніж журналістика конфесійна»<sup>255</sup>. Варто зазначити, що представники деяких релігій, конфесій чи деномінацій не завжди підтримують ту чи іншу діяльність в Інтернеті, наприклад – ведення блогів<sup>256</sup>. Через те, що

<sup>250</sup> «Цитати з Біблії» // сайт: *Життя – Христос*, 3 березня 2011 <<http://live-christ.com/ua/prohramy/ukrajinski-tserkovni-kalendar>> (дата звернення 4 лютого 2018).

<sup>251</sup> *Новий підхід до молитви: Мобільний додаток «ДивенСвіт – Календар УГКЦ»* // сайт: *Ukrainian Catholic Church Australia, New Zealand and Oceania*, 14 серпня 2018, <[https://catholicukes.org.au/uk/dyven\\_svit\\_calendar](https://catholicukes.org.au/uk/dyven_svit_calendar)> (дата звернення 30 вересня 2018).

<sup>252</sup> *Інтерактивна карта Української Греко-Католицької Церкви*, <<http://map.ugcc.ua>> (дата звернення 27 жовтня 2017).

<sup>253</sup> Спільноти УГКЦ (продюсер), «Довідник спільнот УГКЦ – анонс та опитування», 29 жовтня 2018, <[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=93&v=C7zhuMw9bgU](https://www.youtube.com/watch?time_continue=93&v=C7zhuMw9bgU)> (дата звернення 29 жовтня 2018).

<sup>254</sup> *Критерії екуменічної та міжрелігійної співпраці у сфері комунікації // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа*, п. 5, 6, 8.

<sup>255</sup> С. КОЗИРЯЦЬКА, *Мережеві християнські видання українського медіапростору : монографія*, с. 45

<sup>256</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з Юліаною Лавриш – Додаток № 5.

деякі релігійні спільноти не достатньо приділяють уваги Інтернет-діяльності – гальмується екуменічний діалог на сучасному інформаційному майданчику. Це прокоментувала п. Алла Бойко, експерт релігійної журналістики:

Не до кінця усвідомили необхідність своєї сторінки в Інтернеті більшість українських Церков, їх позацерковні структури. Ті ж сайти, що існують, відкриті недавно, за деяким винятком, вони не надто змістовні, надзвичайно політизовані, часто нефункціональні у використанні, недосконалі в оформленні, не регулярно оновлюються<sup>257</sup>.

Попри все можемо спостерігати екуменічну співпрацю в Інтернеті у багатьох проявах. Наприклад, може бути, що на сайтах одної релігійної спільноти рекомендуються ресурси інших релігійних організацій. Наприклад, сайт УГКЦ в Кривому Розі рекомендує мобільний додаток, який був створений однією з протестантських Церков для дітей<sup>258</sup>.

Зразковими прикладами екуменічної Інтернет-діяльності в УГКЦ є сайт «Духовна велич Львова» ([velychlviv.com](http://velychlviv.com)). «Цей майданчик став простором для діалогу, для творення нових проєктів, нових розмов, навіть інтернет-проєктів»<sup>259</sup>.

Ще один сайт, який варто згадати, це РІСУ. Щоправда, адміністрація сайту не відносить сайт до греко-католицького<sup>260</sup>, хоча ця інтернет-сторінка є проєктом УКУ<sup>261</sup>. Команда сайту якісно робить цікаві моніторинги, черпає інформацію з сайтів інших церков<sup>262</sup>.

### 2.3 Співпраця зі світськими сайтами та цифровими програмами

Церква, яка перебуває у світі, окрім здійснення Христової місії впродовж історії була тією, яка творила також культуру. І до сьогодні

Церква проявляє ініціативу праці та співпраці в інтернет-просторі не тільки для проповідування Божого Слова, а й збереження розуміння моралі, гуманізму, етики і т. п. серед різноманітної пропаганди без жодної цензури, яка ставить за мету знівельовати закладені Богом цінності<sup>263</sup>.

<sup>257</sup> А. Бойко, *Релігія в мас-медіа України: Тексти лекцій*, К., 2009. с. 131.

<sup>258</sup> Пор: «Біблія для діточок. Мобільний додаток» // сайт: *УГКЦ в Кривому Розі*, 28 липня 2017, <<http://svtr.org.ua/біблія-для-діточок-мобільний-додаток>> (дата звернення 20 травня 2018).

<sup>259</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

<sup>260</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з п. Тарасом Антошевським – Додаток № 9.

<sup>261</sup> Пор: І. СКЛЕНАР, «Специфіка новин в релігійних інтернет-виданнях», с. 135-136.

<sup>262</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з Юліаною Лавриш – Додаток № 5.

<sup>263</sup> Р. СТОЙКО, «Мережа для Слова» // *Пізнай Правду* 112 (2017) 8.

Церква повинна і намагається використати кожен нагоду для корисної співпраці зі світськими каналами. В одному з досліджень медійних текстів, друкованих видань та рейтингових інтернет-видань за період з січня по червень 2011 року характер висвітлення діяльності УГКЦ є несистематичним. Попри певні винятки, переважно світські ЗМК висвітлюють хіба що визначні події або інформаційні приводи, ініційованих самою Церквою<sup>264</sup>.

Отець Павло Дроздяк – керівник прес-служби Львівської Архiepархії УГКЦ говорить, що немає незалежної інформаційної журналістики. «Ми завжди є в полоні редакторів, які диктують нам, деє скеровують нас працювати в тій ділянці, яка є найбільш необхідною»<sup>265</sup>, тому не можемо очікувати особливої підтримки світських медіа.

В Україні, як і в багатьох інших країнах, через різні впливи секуляризації для редакторів тема релігії не завжди є важливою, а часом неприйнятною, тому можемо побачити приклади, як контент, який стосується релігії може бути поміщений редакторами у рубрику «Культура»<sup>266</sup>.

Найбільш розповсюдженим жанром представлення інформації, пов'язаної з УГКЦ за вказаний період, були новини. Цей формат зазвичай передбачає нейтральне коротке представлення події та коментарі до неї.

Важливу роль у позитивній співпраці Церкви та медіа полягає у добре налагоджених відносинах<sup>267</sup>. Звичайно, приклад відкритості до різних, в тому числі і нових, медіа є блаженної пам'яті блаженніший Любомир. Завдяки співпраці та відкритості духовенства і світських інтернет-журналістів бачимо чисельні статті з високим рейтингом. До прикладу, стаття в «The Ukrainians» під назвою «Стартап, сестро»<sup>268</sup> про соціальне служіння одного із монастиря УГКЦ набула великої популярності.

<sup>264</sup> Пор: «У боротьбі за національне визволення: УГКЦ в Українських медіях» // сайт: *RISU*, 20 червня 2012 <[https://risu.org.ua/page.php?\\_lang=ua&path=monitoring/&name=society\\_digest&id=48517&alias=&](https://risu.org.ua/page.php?_lang=ua&path=monitoring/&name=society_digest&id=48517&alias=&)> (дата звернення 1 червня 2018).

<sup>265</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

<sup>266</sup> О. Войтко, «"Суспільство зрозуміло, що Церква – це жива структура!" – релігійний журналіст Юліана Лавриш» // сайт: *Інформаційний ресурс Української Греко-Католицької Церкви*, 21 лютого 2018 <[http://news.ugcc.ua/interview/suspilstvo\\_zrozumilo\\_shcho\\_tserkva\\_tse\\_zhiva\\_struktura\\_religiy\\_niy\\_zhurnalist\\_yuliana\\_lavrish\\_81977.html](http://news.ugcc.ua/interview/suspilstvo_zrozumilo_shcho_tserkva_tse_zhiva_struktura_religiy_niy_zhurnalist_yuliana_lavrish_81977.html)> (дата звернення 4 травня 2018).

<sup>267</sup> Пор: Приватне Інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

<sup>268</sup> Пор: О. ЯРЕМЧУК, «Стартап, сестро» // сайт *The Ukrainians*, 17 червня 2018, <<https://theukrainians.org/startup-sestro>> (дата звернення 20 вересня 2018).

Щодо тематики дискурсивного представлення УГКЦ у медіа, то основні наведені у порядку популярності:

1. Загальні новини про християнські свята та пости, участь УГКЦ у богослужінням та молебнях;
2. Основні події в минулій чи теперішній історії;
3. Соціальні проекти;
4. Міжконфесійні відносини;
5. Точка зору УГКЦ як одної із традиційних Церков<sup>269</sup>.

В Інтернет-ресурсах ми бачимо назагал ту саму картину. І іншої перспективи більш безпосередньо побачити «людське обличчя»<sup>270</sup> Церкви, через особисте життя духовенства, їх власну душпастирську практику представляють соціальні мережі, програми миттєвих повідомлень та блоги Тепер докладніше.

### **2.3.1 Соціальні мережі, програми миттєвих повідомлень і блоги як персональна журналістика та канали душпастирства**

Це ще одна тема, яка набирає все більше обговорень. Бачимо як, зокрема в Католицькій Церкві, «формується "можливість персональної журналістики" в Інтернеті як спосіб самовираження, може відіграти дуже важливу роль у місійній та пасторальній діяльності Церкви, щоб нести Христа кожному»<sup>271</sup>. До прикладу, візьмемо до уваги свідчення одного священика, який активно займається душпастирством в Всесвітній павутині:

Про листування і записки навіть не згадуватиму: сотні врятованих дерев...Завдяки смартфону я маю можливість провадити кілька сайтів, блогів, писати проповіді і спілкуватися в соціальних мережах з тисячами людей одночасно<sup>272</sup>.

В Україні близько сотні православних священиків мають свої блоги. І часто їх веб-журнали – це нова кафедра сучасного душпастиря. Загалом до блогів ставляться по-різному: хтось як до аматорської діяльності, а хтось як до тенденції

<sup>269</sup> Пор: «У боротьбі за національне визволення: УГКЦ в Українських медіях» // сайт: *RISU*, 20 червня 2012 <[https://risu.org.ua/page.php?\\_lang=ua&path=monitoring/&name=society\\_digest&id=48517&alias=&](https://risu.org.ua/page.php?_lang=ua&path=monitoring/&name=society_digest&id=48517&alias=&)> (дата звернення 1 червня 2018).

<sup>270</sup> Пор: Там само, с. 77.

<sup>271</sup> Р. СТОЙКО, «Мережа для Слова», с. 8.

<sup>272</sup> О. ОЛЕГ КОБЕЛЬ, «Про один з девайсів у священничому житті», с. 12.

рівні розвитку і поширення – експериментальному. Щодо блогосфери від УГКЦ в «Путівнику католицьких соцмереж» журналу «Скинія» можемо прочитати:

традиційна блогосфера дедалі більше відокремлюється від швидкого ритму життя соцмереж, тим не менше, майже все, що ще якимось відбувається в рамках блогів в українському католицькому сегменті, зосереджено на трьох ресурсах: більш «дорослому» «РІСУ» (risu.org.ua) та молодіжному «ДивенСвіті» (dyvensvit.org). Дещо менше охоплення має «Кредо» (credo.pro)<sup>274</sup>.

Щоправда розглядати сайт «Кредо» ми не будемо, бо попри співпрацю з УГКЦ сайт можна вважати підпорядкуванням УКЦ, а не УГКЦ. А сайт РІСУ, як вже згадували, не можемо назвати католицьким.

На сьогодні соціальні мережі стали не просто способом переписки, а потужним каналом всіх успішних медіа та загалом новим форматом комунікації – комунікації через «пости», «сторіз»<sup>275</sup>, «меми» і т. п. Саме це ми можемо назвати новим форматом для нової платформи комунікації<sup>276</sup>. «Ніколи люди не мали стількох можливостей долати час і простір, спілкуватися із людьми на інших континентах та зі стількома людьми одночасно як зараз»<sup>277</sup>. «В Інтернеті перша соціальна мережа з'явилася в 1995 р. Це був американський портал «classmates.com», «Однокласники» (ok.ru) – аналог цього сайту»<sup>278</sup>.

Знаходимо дані, що сьогодні «приблизно 20% користувачів соцмереж у світі – католики»<sup>279</sup>. Тому Католицька Церква подбала за створення соціальних мереж «такі як "Deospace"..., в якій заборонені... будь-які різновиди еротики, блокується 600 нецензурних слів, а замість "лайку" є "Амінь" і т. д.»<sup>280</sup>. Проте ці соцмережі не користуються популярністю в Україні.

Коли священик чи прикладовий мирянин створює свій акаунт<sup>281</sup> у соціальних мережах, то він показує, що Церква – це спільнота звичайних людей,

<sup>273</sup> Козиряцька С., *Мережеві християнські видання українського медіапростору: монографія*, с. 64.

<sup>274</sup> «Путівник католицькими соцмережами» // *Скинія* 3.VIII – 14 X (2017) 15.

<sup>275</sup> Сторіз – спосіб викладання інформації, який первинно виник у соцмережі «Instagram». Термін українського аналогу немає (*Словник комп'ютерного сленгу: проблеми укладання та редакційної підготовки*, с. 22).

<sup>276</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Павлом Худом – Додаток № 8.

<sup>277</sup> О. МИКОЛА МИШОВСЬКИЙ, «Соцмережі – шанс чи загроза?», с. 28.

<sup>278</sup> «Наші діти у соціальних мережах» Місіонар, жов 2016 №10 (282) (жов 2016), с. 14

<sup>279</sup> О. ЮРІЙ БЛАЖИЄВСЬКИЙ, «Церква як соцмережа» // *Скинія* 3.VIII – 14 X (2017) 7.

<sup>280</sup> РОМАН СТОЙКО, «Мережа для Слова», с. 9.

<sup>281</sup> Акаунт (від англ. account – рахунок) – обліковий запис користувача, в якому зібрано інформацію про нього (логін, пароль тощо). Акаунт потрібен, щоби розпізнати користувача при підключенні до певної системи («Словник» // сайт: *Медіадрайвер*).



які також ведуть активний громадський спосіб життя...<sup>282</sup>. Через сторінку, зокрема у «Facebook», духовний отець є ближчим до людей. Сторінка священика, богопосвяченої особи чи активного мирянина може стати «духовною пораднею» особливо для того, хто соромиться попросити духовної поради безпосередньо, або ще не готовий прийти до храму<sup>283</sup>. Соціальні мережі можуть допомогти духовній людині у справах парафії<sup>284</sup>, навіть молитися у прямих трансляціях, які сьогодні може здійснювати з легкістю будь-хто<sup>285</sup>. І таке душпастирство не стосується лише молоді, адже «в Україні соцмережі не вважаються вже суто молодіжним сегментом Інтернету»<sup>286</sup>.

Як ми згадували «в соціальних мережах ми собі часто створюємо свою дійсність, такі образи, які бажаємо. Тому «священик потрібен там! Він може побачити проблему людини, наприклад, прояви нарцисизму, підміни образу, оскільки може знати цю людину в реальному житті»<sup>287</sup>. По її «лайку» можемо зрозуміти те, що людині подобається, по «репосту» (поширенню контенту на власну сторінку) – що відповідає її цінностям, її життю і погляду на світ<sup>288</sup>, саме те, що людина хоче бачити довкола себе (своєї сторінки).

Відгуки на «Facebook» – це також певний кредит довіри, не просто так на блогах в «YouTube» завжди запрошують коментувати відео<sup>289</sup>. Все це є доброю підказкою для священика, якими цінностями живе та чи інша людина і, якщо є певна духовна проблема, знати чим можна допомогти.

Крім цього, вже відомо назагал, що соцмережі є безкоштовним і при правильному використанні добрим способом рекламування, що можна використати у Євангелізації та інших благих ідеях<sup>290</sup>. Попри добрі ідеї на даний час, рейтинг духовних осіб в соцмережах не високий.

---

<sup>282</sup> ОКСАНА ВОЙТКО, «"Суспільство зрозуміло, що Церква – це жива структура!" – релігійний журналіст Юліана Лавриш».

<sup>283</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з Юліаною Лавриш – Додаток № 5.

<sup>284</sup> Пор: ДИВЕНСВІТ (продюсер) «Інша проповідь, м. Дубно», 22 вересня 2017, <<https://www.youtube.com/watch?v=y98acqd0xPE>> (дата звернення 10 жовтня 2018).

<sup>285</sup> Пор: В. ГЕРМАНЮК (продюсер), «Молитва в Instagram. Новини каналу Україна за 27.02.2018», 26 лютого 2018, <[https://www.youtube.com/watch?v=tyFj\\_TPalQ](https://www.youtube.com/watch?v=tyFj_TPalQ)> (дата звернення 28 вересня 2018).

<sup>286</sup> О. ЮРІЙ БЛАЖИСЬВСЬКИЙ, «Церква як соцмережа», с. 7.

<sup>287</sup> Приватне інтерв'ю з Юліаною Лавриш – Додаток № 5.

<sup>288</sup> ІНТЕРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ «ТВОЄ МІСТО», «Богопосвячене життя у добу цифрової культури».

<sup>289</sup> Там само.

<sup>290</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з Юліаною Лавриш – Додаток № 5.

Жоден католицький «opinion maker» (тобто людина, до думок якої прислухається і за ним слідкує значна кількість людей) ще ніколи не увійшов у топ серед різноманітних світових досліджень популярності в соцмережах. Навіть Папа Франциск, хоча має, мабуть, найпопулярніші на сьогодні канали у «Twitter» та «Instagram». Ця ситуація виглядає ще сумніше на рівні креативної участі католиків в українському сегменті соцмереж<sup>291</sup>.

Проте бачимо, як успішно можуть свідчити Христа звичайні миряни. В постмодерний час, який нівелює авторитети, не завжди користувачі Інтернету особливо звертатимуть увагу на духовенство, а інколи принципово не будуть цього робити. Проте прості вірні, які свідчать про Ісуса Христа в їхньому житті часом можуть збирати ще більшу аудиторію ніж будь-який священник<sup>292</sup>.

Відома українська блогерка Юлія Сливка висловила, що в соціальних мережах «не вигідно» згадувати про Бога, особливо тим, хто за допомогою блогів займається бізнесом. Проте її це не зупиняє, вона каже: «мій Бог актуальний і в місті, і в селі, і у віртуальному, і у реальному вимірі. Бог не залежить від обставин, у яких я перебуваю. Бог – зі мною, Бог – в мені»<sup>293</sup>. Звідси напрашується висновок, що не соромитись у соціальних мережах Бога, це вже також свідчення. Через це свідчення є загроза втратити авторитет спочатку серед віртуального середовища, потім – реального. Якщо розглянути і зрозуміти «правила» соцмереж, то є своя «філософія» у «Facebook», інша – в «Instagram» (instagram.com).

Проте останнім часом спостерігаємо як формат сайту «Instagram» є популярніший («сторіз», пряма трансляція, короткі коментарі, «майже всі пости мають присмак рекламного або маркетингового характеру»<sup>294</sup> і т. п.). Тому і на сайті «Facebook» з'являються також такі тенденції. Традиція такого характеру формує емоційний образ, через який не завжди помітиш чогось внутрішнього, трансцендентного<sup>295</sup>. І це ще питання, чи ця тенденція не є стратегією сайтів, чи бажання психології людей. Такий спосіб комунікації несе за собою ризик:

<sup>291</sup> О. ЮРІЙ БЛАЖИСЬВСЬКИЙ, «Церква як соцмережа», с. 8.

<sup>292</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з п. Тарасом Антошевським – Додаток № 9.

<sup>293</sup> МАРТА РИБАК, *Блогерка Юлія Сливка: «Я молюся, ходжу до храму і пишу про це у Інстаграмі»* // сайт: *Духовна Велич Львова*, <<http://velychlviv.com/blogerka-yuliya-slyvka-ya-molyusya-hodzhu-do-hramu-i-pyshu-pro-tse-u-instagrami>> (дата звернення 20 вересня 2018).

<sup>294</sup> Т. ТРАЧУК, «Чи є місце для Бога в Інстаграмі» // сайт: *ДивенСвіт*, 19 березня 2018 <<https://dyvensvit.org/statti/rozmovy/1013398>> (дата звернення 29 квітня 2018).

<sup>295</sup> Пор: ІНЕТРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ «ТВОЄ МІСТО» (продюсер), *Мудрість перебування в світовій навутині. Форум «Богопосвячене життя в добу цифрової культури»*.

поверхневості осмислення, суб'єктивних висновків, а відтак втрати сенсу<sup>296</sup>. Все ж в християнському світі важливіше розумне осмислення ніж осмислення образу<sup>297</sup>. Юля Сливка розповідаючи на сайті «ДивенСвіт» про те, чому все ж таки пише про Бога в мережі додала:

Все, що є у моєму профілі, – це частина мене, частина мого життя... Я не заробляю на своїй аудиторії і не маніпулюю нею, хіба несвідомо. Думаю, що кожен блогер має користуватись своєю аудиторією з благих намірів, а не для заробітку. Я лише хочу, щоби мій блог ставав можливістю для когось зробити щось добре... Я часто думаю, чи доречно у місці, де багато оголених тіл і їжі, говорити про Бога. Однак перестала себе картати після того, як читачка написала мені, що після прочитання блогу їй захотілось повірити більше, ніж після проповідей священика...

Також одним із прикладів доброго душпастиря в Інтернеті є отець Тихон Кульбака, який неодноразово писав і говорив, що саме любов спонукала Його свідчити в соціальних мережах, але нічого не нав'язувати. Отець як досить відомий блогер ділиться своїм досвідом запевняючи, що потрібно завжди бути щирим і справжнім як у реальному житті, так і в Інтернеті<sup>298</sup>.

Ще один коментар активного священика як у реальному, так і віртуальному електронному світі о. Олега Кобеля:

телефон не може всього. Він не може втерти сльозу чи поцілувати... Не дає можливості відчутти атмосферу храму і не поєднає мене з Христом у Євхаристії... Але коли тут і зараз зі мною можу зв'язатися хто завгодно і запитатися про все на світі, хіба це не є завданням священика – послужити?<sup>299</sup>

В одному із опитувань семінаристів Львівської духовної семінарії Святого Духа (УГКЦ) та Львівської православної богословської академії (УПЦ КП) зробили висновок, що

майбутнє духовенство довіряє більше соціальним мережам, ніж міжконфесійним, суспільно-політичним чи світським веб-ресурсам, які пишуть про релігію. Це засвідчує про вироблення нових стратегій комунікації у молодого покоління духовенства, що відрізняються від попередників<sup>300</sup>.

<sup>296</sup> Пор: ІНЕТРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ «ТВОЄ МІСТО» (продюсер), *Мудрість перебування в світовій павутині. Форум «Богосвячене життя в добу цифрової культури»*.

<sup>297</sup> Пор: Там само.

<sup>298</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Тихоном Кульбакою – Додаток № 3.

<sup>299</sup> О. О. КОБЕЛЬ, «Про один з девайсів у священичому житті», с. 12.

<sup>300</sup> Ю. ЛАВРИШ, *Діалогізм у нових медіях України як засіб соціальних комунікацій: релігійний аспект*, с. 5.

<sup>300</sup> Там само, с.105.

## 2.4 Актуальні виклики перед пасторальним служінням в Інтернеті

Відомо, що сьогодні суспільство в більшій чи меншій мірі залежить від стилю подачі інформації, яка є в медіа. Відповідний формат подачі інформації формує привички її сприйняття. Тому на це потрібно звернути увагу і Церкві для свого якісного пасторального служіння<sup>301</sup>.

Коли говорити про виклики, то ми не можемо сказати про те, що вони розповсюджені по всій Інтернет-мережі. Та все ж деякі основні теми можна виокремити.

### 2.4.1 Інформаційний безлад та безвідповідальність

Одна із причин створення і розповсюдження інформаційного сміття не те, що журналістика не може бути до кінця об'єктивною, а через безвідповідальне ставлення до мережі. Легковажні особи, які не хочуть або не розуміють важливості сумніватися і перевіряти пропоновану інформацію. Також ті, хто готовий займатися дезінформацією. Для інформаційного засмічення навіть планомірно

може бути створена спеціальна компанія, оскільки є різні зацікавлені в дезінформації інституції, для того, щоб «пускати фейки»<sup>302</sup>, поширювати зневіру, страх..., щоб створювати псевдоавторитети і руйнувати існуючі... Саме під особливим акцентом є релігійне середовище. Для шкоди йому може завідомо подаватися неправдива інформація, щоб дискредитувати Церкву, зменшити її вплив у суспільстві, це може бути внутрішня міжцерковна боротьба<sup>303</sup>.

В такому випадку емоції людини дозволяють її обдурити. Не всі замислюються над тим, які вони цінності несуть чи нівелюють тим чи іншим

<sup>301</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з п. Тарасом Антошевським – Додаток № 9.

<sup>302</sup> Фейк – усе, що вводять в оману інших, вдаючи щось, чим насправді не є («Словник» // сайт: *Медіадрайвер*)

<sup>303</sup> Приватне інтерв'ю з п. Тарасом Антошевським – Додаток № 9.

постом. Тому «флуд»<sup>304</sup>, «флейм»<sup>305</sup>, «тролінг»<sup>306</sup>, «булінг»<sup>307</sup> та інші неологізми схожого характеру в Інтернеті є значно поширені.

Ця проблема не оминула і УГКЦ. До прикладу, була розміщена неправдива стаття (фейк<sup>308</sup>) про блаженнішого Любомира Гузара<sup>309</sup>. З'являються численні сайти «псевдо-католицького походження»<sup>310</sup>, де говорять від імені Католицької Церкви все, що заманеться. азом із дійсно під церковним контентом криються забобони, які часто подаються як щось традиційно корисне. До прикладу повідомлення із закликом «спамити»<sup>311</sup> якусь інформацію, яка ніби то повпливає на чиєсь життя, колонки з гороскопами та іншими поганськими практиками<sup>312</sup>.

Розповсюджувати інформаційне сміття людина може мимовільно й сама. Наприклад, одне оцінювання того чи іншого посту («лайк») збільшує шанси зустрічі з подібного характеру контенту згодом<sup>313</sup>.

За «аватарками»<sup>314</sup> людина ховається від відповідальності і дозволяє собі у віртуальному світі зробити те, що, можливо, ніколи б не дозволила собі зробити у реальному житті. «Підлітки, наприклад, отримують більше азарту при такій агресивній поведінці в соціальних мережах: «А ну чи мене впізнають, чи ні?». Тому агресію, що накопичується, в соцмережах можна «вилити, випустити пару». Психологи говорять, що важливо інколи виговоритися. Проте все частіше люди готові це зробити не так в реальному житті, а у віртуальному<sup>315</sup>.

<sup>304</sup> Флуд – повідомлення у форумах і чатах, що займають великі об'єми і не несуть корисної інформації (*Культура віртуального спілкування: методичні поради*).

<sup>305</sup> Флейм – процес, що виникає в Інтернеті, своєрідна «словесна війна». (*Культура віртуального спілкування: методичні поради*).

<sup>306</sup> Тролінг (англ. trolling) – розміщення в Інтернеті провокаційних повідомлень з метою викликати конфлікти між учасниками, образи, війну правок, марнослів'я тощо. Особу, яка займається тролінгом, називають тролем (*Культура віртуального спілкування: методичні поради*).

<sup>307</sup> Булінг – цькування, постійні нападки і знущання, які можуть бути дуже різні по формі: від фізичного насильства і насмішок до ігнорування, виключення зі спілкування («Словник» // сайт: *Медіадрайвер*).

<sup>308</sup> Пор: *Культура віртуального спілкування: методичні поради*, с. 20.

<sup>309</sup> «В інтернет-мережі поширюють фейкові новини з нібито коментарем екс-глави УГКЦ щодо електронного декларування» // сайт: *Релігія в Україні*, 8 листопада 2016, <[https://www.religion.in.ua/news/ukrainian\\_news/34649-v-internet-merezhi-poshiruyut-fejkovi-novini-z-nibito-komentarem-eks-glavi-ugkc-shhodo-elektronного-deklaruvannya.html](https://www.religion.in.ua/news/ukrainian_news/34649-v-internet-merezhi-poshiruyut-fejkovi-novini-z-nibito-komentarem-eks-glavi-ugkc-shhodo-elektronного-deklaruvannya.html)> (дата звернення 20 квітня 2018).

<sup>310</sup> Ф. СКУЛЬПА, «Церква та преса: тонкощі евангелізації» // сайт: *RISU*, 22 грудня 2010 <<https://risu.org.ua/ua/index/projects/masmedia/39759>> (дата звернення 2 червня 2017).

<sup>311</sup> Спам – небажані поштові повідомлення, зазвичай рекламного характеру, що надходять від невідомих людей та організацій без згоди одержувача (*Культура віртуального спілкування: методичні поради*, с. 20).

<sup>312</sup> Пор: А. БОЙКО, *Релігія в мас-медіа України: Тексти лекцій*, с. 63.

<sup>313</sup> Пор: С. ЖДАНОВ, «Цифрова гігієна: як користуватися соцсетями, не давая им использовать вас» // сайт: *НОЖ*, 9 листопада 2017 <<https://knife.media/digital-hygiene/?fbclid=IwAR28L->> (дата звернення 30 жовтня 2018).

<sup>314</sup> Аватар (аватарка) – зображення, обличчя користувача у віртуальному просторі (не завжди реальне) (пор: *Культура віртуального спілкування: методичні поради*, с. 18).

<sup>315</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з Наталкою Габор – Додаток № 14.

Християни в такій інформаційній війні часто є борцями проти вищезгаданих випадків, тому і ризикують бути також очорненими, висміяними. Проте як колись, так і тепер «християнам не звикати до поганого іміджу»<sup>316</sup>. Все ж кожен в більшій мірі може регулювати рівень негативізму на своїй сторінці<sup>317</sup>.

Попередньо ми згадували, як пошукові системи вичислюють різну корисну інформацію разом із інформаційним сміттям. Через інформаційну перенасиченість трапляються випадки, що юзери читають лише заголовки. Дуже часто «лонгрід» (дуже довгий текст) отримує «лайк» чи «дизлайк» у ту ж саму секунду, коли був опублікований»<sup>318</sup>. Для когось це може бути набута звичка, а для когось вже стиль поведінки, без якого не усвідомлює іншого життя.

Часто користувачі Інтернету протиставляють Церкву не з досвідом перебування у ній, а з найпоширенішими популярними матеріалами, які можна першочергово побачити в Інтернеті, що формують стереотипи про Церкву. Інколи саме «брак аналітичних матеріалів та розслідувань на соціальну та історичну тему формує дискурсивну практику медійного висвітлення УГКЦ радше як несистематичну та орієнтовану на надзвичайні події»<sup>319</sup> (ті, що є рейтингові). Крім цього, ще більше погіршує ситуацію те, що «Інтернет кишить цитатами, які без контексту втрачають своє первинне значення, або й означають щось цілком протилежне... Годі вже казати про перевірку достовірності цитат»<sup>320</sup>.

Не завжди автори контенту мають мету донести щось конкретне. Часто користувачам соцмереж важко відповісти самому собі, для чого реєструвались. До прикладку, одна з популярних блогерів на сайті «Instagram» стосовно своєї Інтернет-діяльності сказала: «У мене ніколи не було стратегій ведення інстаграмного блогу, я не намагалась нікого зваблювати чи зачепити. Я не шукала контенту, не планувала його на тижні наперед. Просто писала те, що мені

<sup>316</sup> С. БАБИНЬСКА, Ю. ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*. – Львів: Ездра. – 2012, с. 6.

<sup>317</sup> Пор: О. Ю. БЛАЖИЄВСЬКИЙ, «Скільки життя у віртуальному спілкуванні?» // *Скинія* 3.VIII – 14 X (2017) 25.

<sup>318</sup> О. М. МИШОВСЬКИЙ, «Соцмережі – шанс чи загроза?», с. 30.

<sup>319</sup> «У боротьбі за національне визволення: УГКЦ в Українських медіях» // сайт: *RISU*, 20 червня 2012 <[https://risu.org.ua/page.php?\\_lang=ua&path=monitoring/&name=society\\_digest&id=48517&alias=&](https://risu.org.ua/page.php?_lang=ua&path=monitoring/&name=society_digest&id=48517&alias=&)> (дата звернення 1 червня 2018).

<sup>320</sup> О. МИКОЛА МИШОВСЬКИЙ, «Соцмережі – шанс чи загроза?», с. 29.

спадало на думку»<sup>321</sup>. Тобто життя у соцмережах зазвичай йде по своїй «природі», або в «спортивному інтересі» за правилами гри даного віртуального середовища. Не так часто користувачі думають про наслідки такого роду комунікації і як можуть впливати на інших.

Ще одна проблема – проблема приватності. Через віруси та злочинні програми, які мають доступ до даних гаджета (наприклад, його камери чи мікрофона) так звані «хакери»<sup>322</sup> можуть використовувати інформацію без дозволу користувача. Отже, особисті розмови та аудіовізуальні матеріали можуть бути використані на шкоду<sup>323</sup>.

Щодо проблеми приватної власності – плагіату о. Павло Дроздяк в одному з інтерв'ю говорить про те, як в Інтернеті «наша совість атрофується до розуміння гріха», коли стягується інформація, за яку ти не платив гроші, виправдовуючись, що ми не крали. Проте, хтось вкрав до нас і ми з цього користуємося<sup>324</sup>.

Оскільки в Україні користуються популярністю піратські сайти, то можемо зустріти ресурси УГКЦ (особливо аудіо-візуальні матеріали) на зовсім неочікуваних сайтах. Тут постає дилема дозволу для поширення власного матеріалу безкоштовно заради євангелізації і боротьби за авторське право. Питання відкрите<sup>325</sup>.

#### **2.4.2 Брак якості комунікації, відповідних кадрів та матеріального забезпечення**

Часто світські ЗМК, коли торкаються релігійної тематики, дуже слабо орієнтуються у релігійному світі. Споживач інформації не завжди захоче перевірити правдивість того чи іншого посту. «Анальфabetи в релігійній

<sup>321</sup> Т. ТРАЧУК, «Чи є місце для Бога в Інстаграмі?».

<sup>322</sup> Хакер – особа, яка зламує інформаційну мережу чи систему організації, або використовує її, не маючи на це дозволу (*Культура віртуального спілкування: методичні поради*, с. 20).

<sup>323</sup> Пор: Т. ТРАЧУК, «Чи є місце для Бога в Інстаграмі?».

<sup>324</sup> Пор: Львівська Духовна Семінарія Святого Духа УГКЦ (продюсер) «Інтерв'ю з керівником Прес-служби Львівської Архiepархії УГКЦ» о. Павлом Дроздяком», 16 травня 2018, <<https://www.youtube.com/watch?v=NDPs6rHO4Gw&t=340s>> (дата звернення 28 вересня 2018).

<sup>325</sup> Приватне інтерв'ю з о. Ігорем Яцівом – Додаток № 10.

термінології, часто навіть не знають, як правильно звернутися до представника духовенства, тому часами їхні матеріали і виходять такі курйозні»<sup>326</sup>.

До прикладу, журналіст після швидкого написання про поп-зірку, пише про духовенство і за тією ж логікою відомих отців називають «селебриті», тобто, як відому і шановану в певних колах людину. Слово саме по собі не є негативне чи зверхнє, але викликає зовсім інший ефект. Тому творячи певний інформаційний матеріал у сфері духовності та подій, пов'язаних з релігійним світом, вартує добре бути підготовленим.

Є також інша сторона медалі – непідготовленість самих представників Церкви до якісної подачі інформації та співпраці з різними медіа. Головний редактор сайту РІСУ п. Тарас Антошевський ділиться такими спогадами:

Від самого початку ми зіткнулися з проблемою: як отримувати якісну інформацію від різних конфесій? На початку ХХ ст. далеко не всі Церкви та релігійні спільноти мали свої прес-служби, або й просто відповідальних осіб, які б співпрацювали з медіа<sup>327</sup>.

Через це Церква демонструвала свою закритість та створювала образ надмірно закритої, а навіть диктаторської, яка не буде просто ділитися своїми коментарями<sup>328</sup>. В Інтернет-ресурсах, як у всіх мас-медіа для досягнення популярності існує відоме правило: викладений контент має бути цікавий, сенсаційний, вражаючий, скандальний тощо. Очевидно, що для рейтингу успішніше викласти скандальний матеріал.<sup>329</sup> Проте часто саме реакція Церкви у коментарі для світської преси може надати відтінок сюжету, статті чи посту.

Вже по створених оригінальних назвах контенту про Церкву може скластися те чи інше враження. Якраз через закритість на мас-медіа, багато матеріалу творилось негативного характеру. Проте сьогодні щодо цього питання в Церквах, зокрема в УГКЦ, ситуація значно змінилася в кращу сторону.

Яка ситуація у медіа УГКЦ? Великою кількістю кадрів релігійні медіа не можуть похвалитися<sup>330</sup>. Причина цього тісно пов'язана не тільки із браком релігійних журналістів, а й через фінансові обмеження. В Україні, порівняно з

<sup>326</sup> Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

<sup>327</sup> С. БАБИНЬСКА, Ю. ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 5

<sup>328</sup> Пор: Там само, с. 18.

<sup>329</sup> Пор: БОЙКО А., *Релігія в мас-медіа України: Тексти лекцій*, с. 46-47.

<sup>330</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з п. Тарасом Антошевським – Додаток № 9.



багатьма розвинутими країнами, ще не привикли платити чи складати підтримку (пожертву) за контент (не згадуючи ще про проблему піратства)<sup>331</sup>.

На це питання докладно відповів о. Павло Дроздяк. В одному з інтерв'ю він розповів, що офіційні (в тому числі єпархіяльні) сайти, по своїй природі не можуть конкурувати з звичайними новинними чи розважальними сайтами. Вони не можуть пропускати через себе різну рекламу, яка змогла б утримувати сайт. З пропуском реклами на сайт виникає одразу певна комерційна складова, яка за собою тягне інші моменти, пов'язані з чинним законодавством – оподаткуванням. Реклама – це певна бізнес-діяльність, яка має бути задекларованою. Реклама, яка може бути в релігійних сайтах, має бути виваженою і стриманою. Це може бути реклама певної соціальної діяльності, книжки, продукції церковно-релігійного характеру, різні паломництва, комплекси, які є при єпархіях (відпочинкові, реколекційні) тощо<sup>332</sup>.

Мас-медіа в Україні переважно існують завдяки належній фінансовій підтримки. Церковні медіа (в тому числі Інтернет-проекти) існують за рахунок фінансування тієї ж самої Церкви, а також безкоштовної волонтерської діяльності<sup>333</sup>. Часто недостатньо фінансових ресурсів єпархії на прес-службу не відповідають витратній частині її діяльності. Відтак це стосується політики кадрів. Духовенство УГКЦ, яке звершує своє священиче служіння, не може багато часу апріорі присвячувати інформаційному простору. Тому для розвитку корпорації церковних медій мають займатися професійно вишколені працівники, які мають добру освіту, досвід та отримували за працю належну зарплатню<sup>334</sup>.

Праця в Інтернеті потребує якісної систематичної праці, щоб Всесвітня мережа «впізнавала» сторінку і дозволяла поширювати Слово. Важливо виходити поза межі своєї аудиторії, щоб її побачила нова<sup>335</sup>. Бо при наявності своєї сторінки в Інтернеті, нема гаранту чи це принесе успіх. Повідомлення мають бути чітко оформлені до конкретної категорії людей і т. д. Сьогодні для такої якісної діяльності ми не можемо сказати, що в УГКЦ ми маємо достатню

<sup>331</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з п. Борисом Потятиником – Додаток № 11.

<sup>332</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

<sup>333</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Ростиславом Пендюком – Додаток № 12.

<sup>334</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

<sup>335</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Ростиславом Пендюком – Додаток № 12.

## 2.4.3 Своєрідні правила інтернет-простору

### 2.4.3.1 Інтернет як стиль життя

Всесвітня мережа настільки увійшла в життя сучасної людини, що поступово формує її стиль життя, мислення, сприйняття і відтворення інформації. Особливо ця особливість виражена серед молодого покоління.

Маємо покоління мілленіалів, які виростили на зламі століть і пізніше. Тобто це люди, які від народження живуть у соцмережі... Ці діти не знають світу, у якому не було віртуального спілкування. Для них воно є набагато природнішим, ніж для нас»<sup>337</sup>.

Сучасні малюки, коли підходять до звичайнісінького вікна та хочуть роздивитися, що за ним діється, розводять вказівним та великим пальцем – наче на смартфоні аби збільшити зображення. Для народжених до двохтисячних років – це сміх та дивина, але для молодших – реальність, іншої вони вже не застали<sup>338</sup>.

Одним із «місцевих правил» в мережі Інтернет є культура читання, яка постійно змінюється, як і загалом сприймання інформації.

Написаний або друкований текст на папері замінюється електронним, справжні зображення – електронними, зустрічі перетворюються на переписку тощо. Таким чином, людина пізнає світ через світ віртуальний. Були виявлені нові читацькі звички: через постійний набіг інформації люди стараються все поверхнево осмислювати і швидко забувати. Засоби масової інформації на сьогоднішній день зачіпають практично всі сфери життя сучасної людини (в тому числі духовну)<sup>339</sup>.

Каже психолог та психотерапевт Ольга Іваненко: «у соцмережах ми маємо обмін інформацією, коментарі, але не бачимо ні жестів, ні міміки людей, що теж несуть певну інформацію. Таке спілкування без присутності реальної особи трохи омертвлене»<sup>340</sup>. І така комунікація може шкодити молодшому поколінню. Одна із причин є те, що «головне завдання молодшого шкільного віку – розуміння навколишньої природи, людських стосунків, саме реальних, а не

<sup>336</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з п. Тарасом Антошевським – Додаток № 9.

<sup>337</sup> О. Юрій Блажиєвський, «Скільки життя у віртуальному спілкуванні?» // *Скинія* 3.VIII – 14 X (2017) 26-27.

<sup>338</sup> О. Микола Мишовський, «Соцмережі – шанс чи загроза?», с. 28.

<sup>339</sup> Р. Стойко, «Мережа для Слова», с. 8.

<sup>340</sup> О. Юрій Блажиєвський, «Скільки життя у віртуальному спілкуванні?», с. 21.

віртуальних»<sup>341</sup>. Це найбільше видно в «Instagram»: «власне ті люди, які не мають добрих навичок живого спілкування впадають у крайнощі: або забагато інформації про себе викладають, або ж навпаки»<sup>342</sup>. Тому навіть такі прояви у блогах це часто сигнал проблем, у яких священник може допомогти<sup>343</sup>.

Ми неодноразово згадували, що Інтернет є добрий тоді, коли ми не маємо нагоди реально поговорити з людиною. Отець Юрій Блажиєвський, головний редактор журналу «Скинія» говорить, що саме

живе спілкування... творить нас особистостями... Зараз утворилось дві категорії людей: ті, які люблять спілкування наживо, і ті, які надають перевагу соцмережам... Спілкуватися з людиною вживу дуже непросто і енерго-затратно... Справді, багато людей, на жаль, цього не вміють. Я думаю тому часто тікають у спілкування в соціальних мережах. Виник прошарок у суспільстві, ціле покоління, з яким свого часу не спілкувалися... Через брак навиків спілкування і велику потребу у ньому, люди використовують хоча б соціальні мережі<sup>344</sup>.

Наступна особливість, про яку слід пам'ятати, що у віртуальному середовищі є нормою бути повністю чи частково в образі («нікнейм»<sup>345</sup>, оброблене фото, сатиричний характер і т.п.). В реальному житті та особа може бути іншою, проте її образ це те, що зацікавлює аудиторію. Тому ніколи не можна забувати, що часом те чи інше є лише ампула.

...в Інтернеті можна видалити коментарі, забрати назад слова... У живому спілкуванні складніше забрати, важче вибачитися, важче контролювати своє тіло, яке часом говорить більше, ніж слова... Спілкуючись віртуально, людина теж намагається вберегти себе від різних зранень... Спілкування ж у соціальних мережах дає нагоду дуже довго обдумувати те, що написати, як написати, а реальність такої можливості не дає. Соцмережі знижують рівень... відповідальності... Під час терапії людей, що мають соціальні труднощі, спілкування в соціальних мережах було б першим кроком. Але наступним кроком – точно було б спілкування з живими людьми<sup>346</sup>.

Як ми швидше згадували, перебування в Інтернеті може викликати залежність. Є дані на 2017 рік, що середньостатистична людина у світі використовує Інтернет близько 135 хвилин на день<sup>347</sup>. Проте важко говорити про залежність тоді, коли Всесвітня мережа стала нормою нормального життя. Хтось

<sup>341</sup> «Наші діти у соціальних мережах», с. 14.

<sup>342</sup> О. Ю. БЛАЖИЄВСЬКИЙ, «Скільки життя у віртуальному спілкуванні?» // *Скинія* 3.VIII – 14 X (2017) 25.

<sup>343</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з п. Юліаною Лавриш – Додаток № 5.

<sup>344</sup> О. Ю. БЛАЖИЄВСЬКИЙ, «Скільки життя у віртуальному спілкуванні?», 22.

<sup>345</sup> Нік (нікнейм) – (англ. nick, nickname – прізвисько) – переважно вигадане ім'я, яким називає себе користувач Інтернету на різноманітних чатах, форумах, месенджерах тощо (пор: «Словник» // сайт: *Медіадрайвер*).

<sup>346</sup> О. Ю. БЛАЖИЄВСЬКИЙ, «Скільки життя у віртуальному спілкуванні?», с. 23.

<sup>347</sup> Пор: С. ЖДАНОВ, «Цифровая гигиена: как пользоваться соцсетями, не давая им использовать вас».

весь день може провести в Інтернеті і зробити багато справ. А хтось будучи годину в Інтернеті може цей час прогайнувати, або зробити щось погане<sup>348</sup>. Тому ця тема також залишається на совісті окремої особистості. Кожен повинен для себе вирішити з якою мотивацією використовує інтернет-ресурси. Доведено, що той, хто користується соціальними мережами користується без конкретної мети, то продумані алгоритми інтернет-каналу, які непомітно в користувача забирають час, маніпулюють, викликають залежність тощо<sup>349</sup>.

#### 2.4.3.2 Рейтинг та зв'язки з громадськістю

Церковні новини в світських медіа в Україні не є настільки рейтинговими, як світські. Частково через наслідки комуністичного режиму релігійні теми «усунені з публічного дискурсу»<sup>350</sup>. Можна побачити, як їх відносять до: в гіршому випадку – політичних тем, в кращому – тем культури.

Очевидно, що окрім налагоджень відносин зі світськими медіа, сучасні Церковні ЗМК мають шукати шляхи популярності також своїми силами. І саме тут криється питання: чи потрібні Церкві промоція та рейтинг?

Первинно слово «PR» (піар) ми розуміємо як «public relations», тобто зв'язки з громадськістю<sup>351</sup>. Олександр Доброєр, директор Європейського інституту соціальних комунікацій щодо піару в Церкві висловив основні думки прихильників і противників піару у Церкві такими словами:

прихильники церковного піару стверджують, що використання відпрацьованих піар-технологій здатне піднести рейтинг Церкви в суспільстві, зробити її образ привабливішим для більшої кількості людей. А практики «антикризового піару» покликані вберегти Церкву від скандалів, що постійно вирують навколо неї. Противники церковного піару розглядають Церкву передусім як містичний організм, як тіло Христове. І ставлять інше запитання: хіба Христос потребує піару?... Хіба Тому, хто добровільно прийняв приниження й наругу, потрібні послуги спеціалістів із зв'язків з громадськістю, аби «відбілити» Його образ?... Існування полярних точок зору передбачають можливість третьої думки, середнього шляху, зазвичай найбільш правильного... Воцерковленість і закоріненість в традиції дозволяє, а потоком швидкоплинних подій помічати те важливе, що несе у собі церковне послання у всі часи. Разом із цим відкритість на сучасність, на мінливість навколишнього світу дає змогу безпомилково знаходити ті «місця» (locus), де

<sup>348</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Ростиславом Пендюком – Додаток № 12.

<sup>349</sup> С. ЖДАНОВ, «Цифровая гигиена: как пользоваться соцсетями, не давая им использовать вас».

<sup>350</sup> С. БАБИНЬСКА, Ю.ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 10.

<sup>351</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з п. Тарасом Антошевським – Додаток № 9.

евангельська звістка може бути почута і засвоєна нашими сучасниками «тут» і саме «тепер»<sup>352</sup>.

Піар дозволяє стирати негативні та утверджувати позитивні стереотипи<sup>353</sup>. Тому піар, як інформування, налагодження відносин, створення, а радше відтворення реального позитивного образу, є по суті добрим.

Засновниками піару в Церкві можемо назвати святого Августина, який наголошував про важливість способів переконання для поширення Євангелія. Все ж сам Августин брав за приклад Ісуса Христа, «досконалого Комунікатора». Для апології богослови теж використовували епістолярне мистецтво. В 1622 році папа Григорій XV утворив Конгрегацію Пропаганди віри<sup>354</sup>.

«Церква каже, що «public relations» – це її діяльний діалог із суспільством за допомогою світських і церковних медіа. Ці зв'язки передбачають готовність Церкви проголошувати євангельські цінності й висвітлювати свої пастирські заходи та програми»<sup>355</sup>. Душпастирська інструкція на виконання Декрету Другого Ватиканського Собору про засоби соціальної комунікації «*Communio et progressio*» зазначає: «Як живий організм, Церква потребує громадської думки, що виникає під час відвертого спілкування її членів. Без неї Церква не зможе розвиватися ні духовно, ні матеріально»<sup>356</sup>.

Все ж «не все те, що використовується в бізнесі чи громадському секторі, можна використати для Церков»<sup>357</sup>. «Піар не потрібен Церкві, але піар потрібен Церкві, щоб достукатись до людей»<sup>358</sup>, тобто, не для Церкви, а Церкві. І не як Тілу Христовому, а як спільноті людей у світі. Але Церква не може займатися піаром лише для збільшення статистичних даних чи заради конкуренції між Церквами<sup>359</sup>. Тобто Церква може використовувати загальні правила піару, але не всі методи<sup>360</sup>.

<sup>352</sup> С. БАБИНЬСЬКА, Ю.ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 8.

<sup>353</sup> Пор: Там само, с. 12-15.

<sup>354</sup> Пор: Там само, с. 26-27.

<sup>355</sup> Там само, с. 35.

<sup>356</sup> *Communio et progressio*, п. 155.

<sup>357</sup> Там само, с. 3.

<sup>358</sup> ІНТЕРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ «ТВОЄ МІСТО», «Богосвячене життя у добу цифрової культури», 26 вересня 2018, <<https://www.youtube.com/watch?v=H-I76tRwFYc&t=150s>> (дата звернення 26.09.2018).

<sup>359</sup> Пор: С. БАБИНЬСЬКА, Ю.ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 29.

<sup>360</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з п. Тарасом Антошевським – Додаток № 9.

Спосіб, як має відбуватися «діалог на платформі інтернет-ресурсів ще не до кінця розпрацьований»<sup>361</sup>. Можна розглядати статистики на скільки церковні організації задіяні в діалозі в Інтернеті через статистичні опитування. З іншої сторони статистика відвідувань і кількість тексту спілкувань не визначають завжди якість діалогу, тобто, яке значення відіграє у тих, хто бере участь чи перетинається з пасторальним служінням в мережі<sup>362</sup>.

Секрет успіху великої кількості підписників, які дійсно бажають користуватися сторінками, на які підписалися, це ніколи не нав'язувати, лише пропонувати, свідчити, що і є місією Церкви. Одна із християнських блогерів щодо цього ділиться так: «мої пости ненав'язливі, в тому, мабуть, і є їх унікальність»<sup>363</sup>.

Церква всюди, як і у медіа, не може бути нав'язливою. Церква може пропонувати, але не агітувати; свідчити, але не хизуватися; дискутувати, але не критикувати. І найголовніше – вона не може конкурувати з іншими Церквами.

Існує спостереження, що через перенасичення інформацією частині людей набридає постійна нав'язлива реклама, тому вони «більше «вподобують» і коментують те, що справді є щирим, а не те, чим ти хочеш себе прорекламувати»<sup>364</sup>.

Саме і тут Церква може утвердитися, адже серед віртуального простору Її можуть помітити як Ту, що є справжньою та істиною провідницею до щастя. Цю довіру до Церкви люди можуть збільшити саме через те, що Вона промовляє до них не тільки з амвону, але і мовою сучасних соціальних комунікацій. Наприклад, тоді, коли людина «скролить»<sup>365</sup> стрічку новин в соціальних мережах. Тому так важливою є подача Слова у форматі сьогодення, що є водночас викликом і завданням.

---

<sup>361</sup> Ю. ЛАВРИШ, *Діалогізм у нових медіях України як засіб соціальних комунікацій: релігійний аспект*, с. 19.

<sup>362</sup> Пор: Ю. ЛАВРИШ, *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*, с. 24.

<sup>363</sup> Т. ТРАЧУК, «Чи є місце для Бога в Інстаграмі?».

<sup>364</sup> О. Ю. БЛАЖИЄВСЬКИЙ, «Скільки життя у віртуальному спілкуванні?», с. 24.

<sup>365</sup> Скролінг – читання параллаксної верстки адаптованої для різноманітних мобільних пристроїв (смартфон, планшет, тощо) (Пор: «Словник» // сайт: *Медіадрайвер*).

### 2.4.3.3 Секуляризація, егоїзм та аморальність

Окрім порнографії та насильства, що є одними з найбільших проблем в Інтернеті (згадували в I розділі), є ще декілька, які стосуються пасторального аспекту.

Попри свою простоту, доступність несе за собою певні негативні наслідки і традиції. До прикладу, «межі цільової аудиторії ми можемо розширити, починаючи від декількох осіб (долучені з нашого дозволу), закінчуючи всесвітнім доступом до нашої інформації»<sup>366</sup>. Це спричинило існуванню серед соцмереж «френдоциду», тобто «видалення з друзів у соцмережі за якимись критеріями»<sup>367</sup>. Егоїстинчне налаштування перетворює «Mass media» в «My media»<sup>368</sup>. Вчені доказали, що також так звані часті «селфі» (фото самого себе) «ніяк не допомагають самооцінці тих, хто їх постить, зате погано впливають на самооцінку тих, хто їх часто переглядає»<sup>369</sup>.

Також можна спостерігати як

в соцмережах є свої традиції спілкування та проявлення своєї особистості: люди надають перевагу себе називати нікнемами, ставити на «аватарку», до прикладу, фото kota, розкидувати повсюди інформаційне сміття, таке як «листи щастя», перебирати з капслоком та десятками знаків оклику та смайлів<sup>370</sup>.

Дослідники називають такий собі «мотив гри як один з елементів маніпуляції...: гра у простонароддя передає спотворення інформації, нівеляцію цінностей»<sup>371</sup>. Через хвилю секуляризації егоцентричність в соціальних мережах не завжди сприймається якимсь недоліком, а частиною культури чи неписаним правилом певної соціальної мережі.

Якщо зовсім недавно в соціальних мережах було важливо мати багато «друзів» та «лайків», то зараз проявляється дефіцит уваги через прагнення рейтингу, бажання бути поміченим. Як приклад, ще одне свідчення про досвід духовного згіршення однієї блогерки: «я навчилася дотепному, недбалому

<sup>366</sup> Р. СТОЙКО, «Мережа для Слова», с. 8.

<sup>367</sup> Пор: О. М. МИШОВСЬКИЙ, «Соцмережі – шанс чи загроза?», с. 31.

<sup>368</sup> Пор: ІНТЕРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ «ТВОЄ МІСТО», «Богопосвячене життя у добу цифрової культури».

<sup>369</sup> С. ЖДАНОВ, «Цифровая гигиена: как пользоваться соцсетями, не давая им использовать вас» // сайт: *НОЖ*, 9 листопада 2017 <<https://knife.media/digital-hygiene/?fbclid=IwAR28L->> (дата звернення 30 жовтня 2018).

<sup>370</sup> Пор: О. МИКОЛА МИШОВСЬКИЙ, «Соцмережі – шанс чи загроза?», с. 31.

<sup>371</sup> Ю. ЛАВРИШ. *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*, с. 41.

інтелектуальному стилю феміністичної та поп-культури блогерів, швидкому обуренню, елітарному товаришуванню малих груп»<sup>372</sup>.

Слід зважити, що також духовні особи не завжди використовують сторінки в світовій мережі для душпастирства. Можна зустріти

недоречні жарти духовенства, пости чи навіть невміло використані фотожаби, які призначені не для іронічно-саркастичного самозаглиблення і роздумів про власне життя чи життя суспільства, а заради створення акаунт-іміджу, отже – збільшення кількості друзів чи фолловерів<sup>373</sup>.

В такий спосіб свідомо чи не свідомо соціальні мережі для духовних осіб замість душпастирства спричиняють «надмірну увагу до власної особистості»<sup>374</sup>.

А все ж для багатьох духовна особа і в соціальні мережі залишається

представником духовенства, як лице Церкви... І тому цей принцип, цей досвід душпастирства, він полягає в твоїй обережності і виваженості. Світ є тепер таким, що твоє портфоліо складається не тільки з автобіографії, яку ти принесеш, а й з аналізу твоєї сторінки в соціальній мережі, тих каналів, на які ти підписаний. Вони говорять про тебе абсолютно все: на що ти є зорієнтований, що ти переглядаєш і як з тобою можна спілкуватися і працювати<sup>375</sup>.

Одним із прикладів конфліктних постів серед духовенства можна зустріти в групі сайту «Facebook» «Дискусійний клуб УГКЦ». Такий паблік має «небезпеку перетворити все на деструктив, це може бути... "тролінг". Треба пам'ятати також, що ми живемо в умовах інформаційної війни... Дискусія має бути з конструктивом»<sup>376</sup>. Якщо на сайті адміністратор блокує ненормативну лексику, чи «банить»<sup>377</sup> порушника, то в публічних сторінках (пабліках) це менш можливо<sup>378</sup>. За спостереженням п. Ігора Скленера, кандидата наук з соціальних комунікацій проблема є тоді, коли:

довкола дискусії про церковний конфлікт зіштовхуються дві опонуючі сторони і починають поливати одне одного брудом, сумніватися у компетентності того чи іншого

<sup>372</sup> Вл. Р. БАРОН, «Пиха, смирення і соцмережі» // *Скинія* 3.VIII – 14 X (2017) 8.

<sup>373</sup> Ю. ЛАВРИШ, *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*, с. 41.

<sup>374</sup> Вл. Р. БАРОН, «Пиха, смирення і соцмережі», с. 8.

<sup>375</sup> Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

<sup>376</sup> Приватне інтерв'ю з п. Юліаною Лавриш – Додаток № 5.

<sup>377</sup> Бан – один з прийнятих в Інтернеті способів контролю за діями користувачів. Як правило, бан полягає в обмеженні певних прав користувача (на створення/відправлення нових повідомлень або створення нових тем на веб-форумі, на відправлення повідомлень в чаті, на коментування в блогах та ін.) в цілях захистити інтернет-сайт від... осіб, чиї повідомлення шкодять продуктивній роботі ресурсу (*Культура віртуального спілкування: методичні поради*, с. 18).

<sup>378</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з п. Юліаною Лавриш – Додаток № 5.



дописувача форуму з певного питання, з'ясувати рівень освіти, а тоді виносити вердикт, навіть про духовну близькість до Бога<sup>379</sup>.

З огляду на це о. Павло Дроздяк радить (особливо духовенству) у своїх «постах» бути виваженими. Адже за кожним (навіть добрим) контентом «диванна сотня» (особи, які не мають ніякого відношення до Церкви)<sup>380</sup> може очорнити своїми коментарями, які можуть бути вражаючі, але без особливого сенсу.

---

<sup>379</sup> І. СКЛЕНАР, «Етика і якість спілкування в Інтернеті» // *Місіонар* Ч.3 (2007).

<sup>380</sup> Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком. – Додаток № 6.

## РОЗДІЛ III

# ПЛАН РОЗВИТКУ ПАСТОРАЛЬНОГО ІНТЕРНЕТ-СЛУЖІННЯ УГКЦ НА ОСНОВІ ДОКУМЕНТУ

## «AETATES NOVAE»

Друга Душпастирська інструкція Папської Ради у справах соціальної комунікації «Aetatis Novae» була видана до 20-ї річниці «Communio et Progressio». За 20 років із технологічними змінами й змінився спосіб комунікації. Церква звернула увагу на те, що медіа впливає на різні погляди людей, у тому числі релігійні. Тому ця інструкція, окрім окреслення основних моментів сучасної комунікації, наголошує на важливості пастирського планування<sup>381</sup>.

Розуміємо, що справи нових медіа (у тому числі Інтернет) розвиваються з дуже великою швидкістю. Тому автори «Aetatis Novae», «не претендуючи – в таких мінливих та швидкоплинних обставинах – на остаточне слово, хотіли б тільки дати знаряддя для подальшої праці й заохочення для тих, що на ділі долають пастирські проблеми, породжені новими реаліями»<sup>382</sup>.

У третьому розділі ми також спробуємо, враховуючи отриману картину пасторального Інтернет-служіння УГКЦ в Україні і основні акценти душпастирської інструкції «Aetatis Novae», також створити приблизний план дій на майбутнє. Через швидку мінливість нових медій ми не можемо говорити про вичерпність програми, або на який час вона буде актуальна.

<sup>381</sup> Пор: *Соціальна комунікація та християнський розвиток молоді*, с. 138-139.

<sup>382</sup> Пор: Там само, с. 138.

### 3.1 Головні акценти про медійне пасторальне служіння в документі «Aetatis novae»

Спочатку документ закликає

пастирів та вірних Церкви поглиблювати своє розуміння соціальної комунікації та її засобів і втілювати це розуміння в практичних заходах та дійових програмах..., підпорядковувати всі можливості «комп'ютерної доби» земному та надприродному покликанню кожної людини і повсякчас прославляти Отця, від Якого походить усе добре<sup>383</sup>.

Документ зазначає, що «економіка країн значною мірою залежить від сучасних систем комунікації»<sup>384</sup>. Тому часто через рекламу та іншу діяльність ЗМК заради економічного збагачення забувають про своє первинне завдання («на найглибшому рівні це – самопосвята в любові»<sup>385</sup>), а поширюють штучні моделі культури споживатства.

Далі документ пропонує різнобічно підтримувати і утримувати християнські медії (фінансова підтримка, освітня підготовка, створювати план розвитку, програму діяльності)<sup>386</sup>, адже

душпастирі повинні мати принаймні побіжне уявлення про те, як новітні інформаційні технології та засоби діють на суспільство й окремих осіб... Вони повинні знати, як запросити інших до діалогу, уникаючи такого стилю, що наводив би на думку про домінування, маніпулювання чи особисту вигоду<sup>387</sup>.

Все це пасторальне служіння не можливе без розробленої програми пастирської опіки (в тому числі і в Інтернеті)<sup>388</sup> на єпископських конференціях щодо різного рівня медійного служіння<sup>389</sup>. Програма має мати «оцінення потреб, аналіз роботи наявних засобів та опис ресурсів»<sup>390</sup>.

Отож, на основі «Настанов для розроблення пастирських планів щодо соціальної комунікації на рівні дієцезій, Єпископських Конференцій, Патріарших Асамблей», які є в інструкції «Aetatis Novae», спробуємо наочно зобразити аналіз у схемі, який полягатиме в представленні основних побажань

<sup>383</sup> *Aetatis Novae*, п. 3.

<sup>384</sup> *Aetatis Novae*, п. 5.

<sup>385</sup> *Aetatis Novae*, п. 12.

<sup>386</sup> Пор: *Aetatis Novae*, п. 17.

<sup>387</sup> *Aetatis Novae*, п. 18

<sup>388</sup> Пор: *Aetatis Novae*, п. 19

<sup>389</sup> Пор: *Aetatis Novae*, п. 23

<sup>390</sup> Пор: *Aetatis Novae*, п. 26

настанов документу і попередньо дослідженої ситуації пасторального Інтернет-служіння УГКЦ в Україні. Наступним кроком буде визначити, над якими прогалинами можемо і повинні працювати.

<p>А) Існування пастирського плану після всебічних нарад із фахівцями, який передбачає: огляд особливостей пасторального інетренет-служіння у різних сферах; можливості Всесвітньої мережі для використання Церкви для пасторального служіння.</p>	<p>Нема (не висвітлені)</p>
<p>Б) Проект медіаосвіти, що передбачає заохочення католицьких шкіл та університетів викладати навчальні програми й курси, що відповідали б потребам Церкви та громадськості в царині суспільного спілкування. Запровадження курсів, практичних занять та семінарів для церковних комунікаторів, семінаристів, ченців та священників та вірних які б могли вивчати комунікаційні технології, менеджмент, медіа-етику та медіа-політику. Проводити дослідження релігійної журналістики для її розвитку.</p>	<p>Частково (не цілісно)</p>
<p>В) Пастирський підхід до медіа-фахівців. Для співпраці з фахівцями, які б могли дати Церкві поради розвитку використання Інтернету.</p>	<p>Частково (не цілісно)</p>
<p>Г) Розвивати співпрацю з релігійними товариствами, які працюють у сфері соціальної комунікації для екуменічної та душпастирської праці.</p>	<p>Частково (на рівні розвитку)</p>
<p>Ґ) Виробляти власні етичні стандарти та дотримуватись їх, особливо коли йдеться про</p>	<p>Частково (не цілісно)</p>

чесність, точність, справедливість, порядність та повагу до життя.	
Д) Налагодити зв'язки з громадськістю, регулярно висвітлюючи в душі Євангелія моральний вимір важливих громадських справ. Залучати до спільної праці секулярні медіа, особливо коли йдеться про релігійні, моральні, етичні, культурні, освітні та соціальні питання, що однаково стосуються всіх.	Частково (на рівні розвитку)
Е) Сприяти розвитку доброї реклами та маркетингу.	Частково (на рівні розвитку)
Є) Пошук достойного фінансування для якісної праці та розвитку.	Нестабільно (на рівні розвитку)

### 3.2 Завдання для подальшого розвитку пасторального Інтернет-служіння в УГКЦ.

Маємо бути свідомими того, що Інтернет настільки став частиною людського буття, «що ми тепер просто маємо навчитися в ньому правильно функціонувати, жити і взагалі розвиватися»<sup>391</sup>. Суспільство часто чекає від Церкви, також і в Інтернеті, відповідей на важливі, деколи інтимні питання, прагне чути моральну оцінку тієї чи іншої події, підтримку у важкі хвилини.

З огляду на сьогоденні тенденції пасторальне служіння Церкви через Інтернет-ресурси має відбуватись швидко і якісно. Якщо для цього не зможеться Церква, тоді це зробить інша організація (часто секулярна, або сектантська).

Усвідомлення потреби праці над... новими методами поширення Слова, робота над тим, щоб бути зрозумілим, – це не піддавання тимчасовим віянням моди, а розуміння своєї священничої тотожності та місії, вірність власному покликанню у нашому часі<sup>392</sup>.

<sup>391</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

<sup>392</sup> С. БАБИНЬСЬКА, Ю. ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 7.

Як ми побачили, приблизно останні 10-ти років інтернет-ресурси для УГКЦ разом із завданням інформування набрали нові функції душпастирства. На сьогодні в порівнянні з іншими релігійними новими медіями інтернет-ресурси УГКЦ назагал успішно є на дорозі подальшого розвитку<sup>393</sup>.

Зі слів керівника Департаменту інформації УГКЦ о. Ігоря Яціва, ситуація в медіа-сфері нашої Церкви покращується. В єпархіях починають працювати фахові прес-секретарі, на головному сайті більше інформації з місць, і хоча проблемною залишається справа фінансування Департаменту, все ж його робота стала помітнішою. А завдяки підтримці Інформаційної ради (до якої на запрошення Блаженнішого Любомира увійшли провідні медіа-спеціалісти) УГКЦ пропонує нові цікаві проекти. Розгортає діяльність і згадана Комісія, яка вже пропонує інтерактивне навчання для своїх членів. Зі слів о. Павла Худа, який очолює мас-медійну комісію, започатковані цікаві проекти, які мають значно покращити якість журналістики і активізувати діяльність церковних ЗМІ. Існує ініціатива об'єднання католицьких журналістів. Звичайно, ініціативи зверху не даватимуть результатів, якщо їх не підтримують самі журналісти та редактори. Медіа-освіта стає необхідністю для будь-якого душпастиря<sup>394</sup>.

о. Павло Дроздяк в інтерв'ю зазначив, що «на останньому Синоді Єпископів, який відбувся в власне вересні 2018 року одна із постанов говорить про те, щоби поблагословити здійснення дальших кроків для створення інформаційної агенції УГКЦ».<sup>395</sup> Ці кроки будуть можливі, коли буде створений конкретний план та правила реалізації.

Сучасна медіагра – це не лише змагання з гедоністичним проведенням часу, але і стратегія з «елементом і ступенем духовного майстрівства, що виростає із зібраності»<sup>396</sup>. Тому перед тим, як здійснювати пасторальне служіння в Інтернеті, треба визначити мету, наприклад: євангелізація, інформування, організаційна комунікація, просвітницька діяльність та ін.)<sup>397</sup>. Також «відповідно у штаті потужного релігійного інтернет-видання обов'язково повинен бути редактор новин, який надавав би недосконалим прес-релізам відповідної форми та змісту»<sup>398</sup>.

Далі ми зможемо розпочати з питання збору команди пасторального Інтернет-служіння. В результаті опитування на тему «Хто, на Вашу думку, має працювати над створенням конфесійного мережевого ЗМІ» виявилось, що через

<sup>393</sup> Пор: Ю. ЛАВРИШ, *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*, с. 17.

<sup>394</sup> М. КРОКОШ, «Німа Церква».

<sup>395</sup> Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

<sup>396</sup> Ю. ЛАВРИШ, *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*, с. 41.

<sup>397</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

<sup>398</sup> І. СКЛЕНАР, «Специфіка новин в релігійних інтернет-виданнях», с. 137.

існування різного досвіду, результати вийшли дуже розбіжні. Це означає, що ми до тепер не визначились, хто має бути в керівництві (духовенство чи світська особа), хто може і має бути серед кадрів (професіонали чи аматори)<sup>399</sup>. Так як ми вже згадували, пасторальним служінням в Інтернеті, зокрема в УГКЦ, займаються різні люди, різні команди з різною ієрархією та поставленими пріоритетами.

Після визначення команди слід зорганізувати системну працю. Кожна ініціатива повинна бути обдумана, затверджена і висвітлена як завдання. На виконання завдання повинні бути визначені компетентні у справах релігійних нових медій особи. Разом з цим повинен бути встановлений термін, взяті до уваги додаткові примітки. В процесі виконання слід записувати дії та їх наслідки<sup>400</sup>. Хід дій у виконанні проекту, який зберігатиметься в архіві, може послужити на майбутнє.

Хоча, за спостереженнями фахівців, з нових медіа через мінливість особливостей Інтернету важко використовувати старі схеми. Тобто, не обов'язково, якщо один проект здійснений за певною програмою, буде успішний, а другий за тією ж може вже не вийти<sup>401</sup>. Тому потрібно регулярно аналізувати стратегію діяльності в Інтернеті. При потребі розпрацьовувати нову і старатися вводити її в дію. Не можна діяти спонтанно. Потрібно шукати нові підходи, нові стратегії<sup>402</sup>.

Результатом опитування експертів щодо теми «Які ознаки мережевих ЗМІ, на Вашу думку, обов'язково мають бути властиві повноцінному конфесійному інтернет-виданню?» стали такі відповіді (ознаки посортовані від найбільш актуального до найменш):

- Регулярна оновлюваність сайту;
- можливість здійснення комунікації з читачами (форум, гостьова книга, голосування, опитування тощо);
- можливість здійснювати пошук необхідного матеріалу на сайті (за темою, ключовими словами, датою);
- використання аудіо-відеоматеріалів (аудіо-проповіді, медіа-служіння тощо);

<sup>399</sup> Пор: С. КОЗИРЯЦЬКА, *Мережеві християнські видання українського медіапростору: монографія*, с. 137.

<sup>400</sup> Пор: С. БАБИНСЬКА, Ю. ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 198.

<sup>401</sup> Пор: ІНТЕРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ «ТВОЄ МІСТО», «Богосвячене життя у добу цифрової культури».

<sup>402</sup> Пор: *Круглий стіл «Церква і медіа: чи є шанс на взаємодію?»* // сайт: *Credo*, 28 вересня 2018, <<http://credo.pro/2018/09/220395>> (дата звернення 30 вересня 2018).

- Наявність архіву попередніх «випусків»;
- Наявність зовнішніх гіперпосилань (на сторінки інших конфесійних ресурсів) або банерів «дружніх сайтів»;
- наявність, крім панелі навігації, меню рубрик сайту;
- інший варіант<sup>403</sup>.

На питання «Як Ви вважаєте, у яких випадках відвідуваність сайту конфесійного мережевого буде зростати?» отримали такі відповіді (від найбільш актуального до найменш):

- якщо сайт передбачає двосторонню комунікацію: можливість брати участь у
- якщо на сайті завжди можна конфіденційно отримати пораду або консультацію
- якщо сайт видання містить аудіо- й відеоматеріали;
- якщо видання активно реагує на подію, яка набула розголосу;
- якщо подання інформації відзначається новизною й оперативністю;
- якщо видання напередодні великих церковних свят (Різдво, Великдень тощо) публікує;
- якщо сайт переважно публікує власні матеріали, а не передруки;
- якщо контент сайту орієнтований на конкретну цільову аудиторію (семінаристів, священників);
- інший варіант<sup>404</sup>.

Разом із поставленими завданнями слід пам'ятати про остаточну ціль. Тому потрібно вирішити основні пріоритети: від загальноцерковної медійної програми до приватної сторінки в соціальній мережі<sup>405</sup>. За статистикою, різні експерти (світські та релігійні) на основі своїх спостережень висловлюються про функції релігійних нових медіа в такому порядку (від найважливіших до менш важливих):

духовно-просвітницька діяльність, інформування, євангелізація, здійснення комунікації між церковною аудиторією, місіонерство, презентація церкви/релігійної громади у мережі Інтернет, катехизація, формування громадської думки, прозелітизм, інший варіант<sup>406</sup>.

Однозначно, що, як ми попередньо дослідили, за побажанням Церкви, нові медіа першочергово повинні використовувати для проголошення Божого Слова. Проте, які інші сфери одна за одною повинні заторкати саме інтернет-канали УГКЦ, і чому є бачення функції прозелітизму в релігійних медіа – ще далі треба дослідити.

<sup>403</sup> С. Козиряцька, *Мережеві християнські видання українського медіапростору : монографія*, с. 139.

<sup>404</sup> Там само, с. 140.

<sup>405</sup> Там само, с. 92.

<sup>406</sup> Там само, с. 125.



Церква для пасторального Інтернет-служіння повинна визначити конкретні дії щодо Євангелізації, і також назагал – кроки, які би стосувалися культурного навернення<sup>407</sup>. Тобто, якими шляхами Інтернет-ресурси мають навчити людей зустрічатися реально, «щоб просто побути, поспілкуватися віч-на-віч... Душпастирство в інтернет-просторі має привести до живого спілкування, не тільки віртуального, а до конкретного живого. І це є основна ціль душпастирювання»<sup>408</sup>. Пропонувати після чату зустріч, після онлайн молитви – молитва у храмі, після єднання з Христом через добрий пост – з'єднатися з Христом у Євхаристії: «людина і людська спільнота є кінцем і мірилом використання засобів масової інформації про соціальні комунікації; комунікація повинна здійснюватися людьми з особами для цілісного розвитку людей»<sup>409</sup>.

### 3.2.1. Організувати центри медіаграмотності<sup>410</sup>

На сьогодні попри позитивні зміни ще до кінця не вирішена проблема професійних кадрів у сфері церковного медіа<sup>411</sup>, в тому числі в Інтернеті. В результаті ми часто маємо низькоякісний контент, що стосується релігійної тематики, який через сумнівний характер може навіть нашкодити<sup>412</sup>. «Папа Павло VI пише, що релігійну подію не можна як слід розуміти, якщо розглядати суто людські її сторони – чи то психологічні, чи то соціологічні. Адже тут ідеться про щось таке, що належить до царини духовного... події в історії спасіння».<sup>413</sup> Тому для роз'яснення питання щодо підготовки у сфері медіа тих, хто хоче займатися пасторальним служінням в Інтернеті, було взято інтерв'ю у більше десятка експертів (представники світського та релігійного медіа, в більшості – нових)<sup>414</sup>.

<sup>407</sup> ІНЕТРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ «ТВОЄ МІСТО» (продюсер), *Мудрість перебування в світовій павутині. Форум «Богосвячене життя в добу цифрової культури»*.

<sup>408</sup> Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

<sup>409</sup> PONTIFICAL COUNCIL FOR SOCIAL COMMUNICATIONS, «Ethics in Internet» // сайт: Vatican <[http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_20020228\\_ethics-internet\\_en.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_en.html)> (дата звернення 12 вересня 2017), п. 3.

<sup>410</sup> Медіаграмотність – сукупність знань, навичок та умінь, які дозволяють людям аналізувати, критично оцінювати і створювати повідомлення різних жанрів і формах для різних типів медіа, а також розуміти і аналізувати складні процеси функціонування медіа у суспільстві, їх та вплив («Словник» // сайт: *Медіадрайвер*).

<sup>411</sup> Пор: С. КОЗИРЯЦЬКА. *Мережеві християнські видання українського медіапростору: монографія*, с. 128.

<sup>412</sup> Т. БОКІЙ, «Вийти за межі екрану» // *Пізнай Правду* 112 (2017) 14.

<sup>413</sup> «Інтерв'ю з п. Михайлом Перуном», с. 25.

<sup>414</sup> Пор: Додатки № 3-14.

Фахівці назагал говорять однаково: не обов'язково мати медійну освіту, проте слід бути ознайомленим з основними принципами через тренінги, семінари, школи та інші заходи, які б стосувалися компетентності використання інтернет-ресурсів в пасторальному служінні, володіти вмінням слухати, увагою до деталей, критичним мисленням, комунікаційними навичками тощо<sup>415</sup>.

Таким чином, сьогодні після необхідної підготовки будь-хто може стати керівником інтернет-каналу. Вміння якісно підібрати правильний дизайн інтерфейсу і регулярно оновлення ресурсів створює бажаний вигляд професійності, гарантії доброго джерела інформації.

Регулярність оновлення інформації зараз важлива як ніколи. Соціальні мережі та інші сайти зменшили «політику "лайків"». Тепер саме через відвідуваність, рейтинги та коментарі постів<sup>416</sup> сайти вирішують, чи «запам'ятовувати» дану сторінку чи ні. Тому треба, щоб Інтернет-діяльність Церкви і дійства, які можна обговорити, викладались на інтернет-каналах регулярно, чого нам поки що бракує<sup>417</sup>.

Подібно висловлюється документ Пасторальної ради у справах соціальних комунікацій «Етика в Інтернеті»:

Школи та інші навчальні заклади та програми для дітей та дорослих повинні забезпечувати підготовку щодо розумного використання Інтернету в рамках комплексної медіа-освіти, що включає не лише підготовку з технічних навичок, а «грамотність комп'ютера» та як-от, здатність до поінформованої, розсудливої оцінки вмісту. Ті, чий рішення та дії сприяють формуванню структури та змісту Інтернету, мають особливий серйозний обов'язок практикувати солідарність на службі загального блага<sup>418</sup>.

Дослідник соціальних комунікацій Ігор Скленар визначив основну думку більшості редакторів сайтів, журналістів, які займаються релігійною тематикою, а також теоретиків у цій сфері, які вдосконалення якісної релігійної журналістики вбачають в наступних трьох кроках:

1. Підготовка фахівців для роботи з релігійною інформацією при університетах та інших вищих навчальних закладах;

<sup>415</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Павлом Худом – Додаток № 8.

<sup>416</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з п. Тарасом Антошевським – Додаток № 9.

<sup>417</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Ростиславом Пендюком – Додаток № 12.

<sup>418</sup> PONTIFICAL COUNCIL FOR SOCIAL COMMUNICATION, *Ethics in Internet*, п. 15.

2. Дотримання журналістських стандартів;
3. Співпраця з релігійними прес-службами<sup>419</sup>.

Станом на сьогодні є потреба в тому, щоб була компетентність в справах медіа, зокрема в сфері Інтернету. Як ми знаємо, навчання медіаграмотності в Україні у школах, коледжах та ВНЗ є на рівні експериментальному. Спостерігаючи за навчанням медіаграмотності, ми бачимо, що кожна країна має свій напрямок навчання: Франція – якість і користь медіаресурсів, Росія – кінокритика. З огляду на війну, як реальну, так і інформаційну в Україні, особливо після Революції гідності, став помітний більший контроль над дезінформацією, що часто трапляється в ЗМК. В Інтернеті ми це називаємо: «фейки», «спами»,<sup>420</sup> і т. д.

Отож, Церква повинна подбати за різні центри медіаграмотності для всього духовенства, монашества та вірних для виховання як тих, хто викладає інформацію, так і аудиторії<sup>421</sup>.

Навчання семінаріях передбачає предмети, що стосуються соціальної комунікації. На магістерській програмі «Школи журналістики УКУ» є курси: «Церква і соціальна комунікація», «Християнська духовність в постмодерну добу». Окрім позанавчальних програм, при університеті організуються зустрічі з релігійними лідерами або працівниками релігійних середовищ, духовні виїзди, семінари<sup>422</sup>.

Зрештою, зазначив у своєму інтерв'ю п. Тарас Антошевський: «вишколення відбувається автоматично в сучасному світі і ми бачимо теж покоління, яке народилося в кінці 90-х, воно вже не потребує спеціального вишколу, тому що воно вже зростає з цими технологіями, тому вишкіл відбувається так автоматично до того, як людина засвоює мову».

Додатковим інструктажем може займатися священник серед даними Богом йому людьми<sup>423</sup>, використовуючи власний багаж знань та досвіду. В допомозі можуть бути різного роду посібники та підручники, наприклад «Релігійна

<sup>419</sup> Пор: І. СКЛЕНАР І, «Специфіка новин в релігійних інтернет-виданнях», с. 136-137.

<sup>420</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з Наталкою Габор – Додаток № 14.

<sup>421</sup> Пор: Там само.

<sup>422</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Павлом Худом – Додаток № 8.

<sup>423</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

журналістика» Алли Бойко<sup>424</sup>, «Церква і медіа. Сім кроків до порозуміння» видавництва сайту «РІСУ» та ін. Ще бачимо, що в Україні зростає кількість способів вивчення медіаграмотності, в тому числі релігійної. Відбуваються різні навчальні програми<sup>425</sup>, майстер-класи, семінари, школи<sup>426</sup> і т. п. о. Ростислав Пендюк, голова молодіжної комусії УГКЦ зізнається: «Я сам намагаюся кожного дня вчитися, власне, правильно використовувати, що дає мені той час, в якому я живу. Інколи вдається, інколи не дуже»<sup>427</sup>.

### 3.2.2. Розпрацювати правила користання Інтернету та християнський етикет

Ми попередньо згадували, що комунікація несе за собою певні ризики. «Що й казати про середовище людей із двомільярдною аудиторією, як, наприклад, «Facebook», де можна зустрітися абсолютно з різними людьми?»<sup>428</sup>. Інтернет відіграє важливу роль у різнобічному розвитку особистості.

Як і в реальному житті, спілкуючись віртуально, ми повинні дотримуватись певних правил, щоб уникнути конфліктних ситуацій<sup>429</sup>. Тому для того, щоб використання Інтернету, в тому числі для пасторального служіння, було вдалим, потрібно знати і виконувати деякі технічні та етичні моменти, які ми спробуємо виокремити у цьому підрозділі.

Попередньо ми згадували, як серед Мережі кружляє різного роду інформація: часто подана неякісно або взагалі неправдиво. Якщо не можливо заблокувати весь низькопробний чи негативний контент, то можна підготувати

---

<sup>424</sup> М. БАЛАКЛИЦЬКИЙ, «Новаторський підручник про «мінне поле» релігійної журналістики» // сайт: *Релігія в Україні*, 19 червня 2017, <[https://www.religion.in.ua/zmi/ukrainian\\_zmi/36769-novatorskij-pidruchnik-pro-minne-pole-religijnoyi-zhurnalistiki.html](https://www.religion.in.ua/zmi/ukrainian_zmi/36769-novatorskij-pidruchnik-pro-minne-pole-religijnoyi-zhurnalistiki.html)> (дата звернення 17 вересня 2018).

<sup>425</sup> Навчальна програма «Комунікації для релігійних організацій» відкривається при інституті релігійних наук св. Томи Аквінського // сайт: *Католицький Медіа-Центр Конференції римсько-католицьких єпископів в Україні*, 1 жовтня 2018, <<http://kmc.media/2018/10/01/navchalna-programa-komunikaciyi-dlya-religiyukh-organizacij-vidkrivayetsya-pry-institutu-religiyukh-nauk-sv-tomy-akvinskogo.html>> (дата звернення 7 жовтня 2018).

<sup>426</sup> Пор: «Духовна велич Львова» запрошує на «Школу релігійного фрілансу» // сайт: *Львівська Міська Рада*, 16 липня 2018, <<https://city-adm.lviv.ua/news/society/religion/253763-dukhovna-velych-lvova-zaproshuie-na-shkolu-relihiinoho-frilansu>> (дата звернення 20 вересня 2018).

<sup>427</sup> TEDx TALKS (продюсер), «Симбіоз духовності та технологій у сучасному житті | о. Ростислав Пендюк | TEDxUCU», 17 жовтня 2017, <<https://www.youtube.com/watch?v=IRAWWA2U2ao>> (дата звернення 10 жовтня 2018).

<sup>428</sup> О. М. МИШОВСЬКИЙ, «Соцмережі – шанс чи загроза?», с. 28.

<sup>429</sup> *Культура віртуального спілкування: методичні поради*, с. 3.

до цього себе та інших. Пошук правди є одним із християнських принципів, про який варто нагадувати<sup>430</sup>.

«Неповнолітні особи не повинні мати доступу до незахищеного Інтернету. Потрібно спонукати родини, сусідів, спільноти усіх частин світу та самих дітей до усвідомлення впливу, як Інтернет має на неповнолітніх»<sup>431</sup>. Не можна не згадати про комп'ютерні ігри, які часто теж є прив'язані до мережі. Тому потрібно нагадувати про контроль ігор, особливо де можна «бавитися в убивство»<sup>432</sup>, що часто розвиває у молодій людині «подвійну мораль»<sup>433</sup>.

Все ж «відгородити» дітей в Інтернеті від всього злого неможливо, як і у світі<sup>434</sup>. Тому потрібно дбати про отримання більшої приватності, щоб менше натрапляти на зайву чи шкідливу інформацію. Також звертати увагу на підозрілу інформацію, яку постять анонімно<sup>435</sup> та берегти себе від інтернет-залежності, що є загалом справою самоконтролю<sup>436</sup>. о. Микола Мишовський радить: «Варто випробувати самого себе і побувати на самоті, не переглядаючи оновлень та сповіщень в Інтернеті. Спробуйте хоча б один день не заходити в соцмережі або обмежити час користування ними»<sup>437</sup>. За словами о. Тихона Кульбаки, робити «піст на пост»<sup>438</sup>. «Нещодавно Папа Франциск висловився щодо електронного гаджета, через який можна користуватись соцмережами: "не лягай з ним до ліжка". Користування соцмережами перед сном заважає заснути та шкодить духовності»<sup>439</sup>.

Така річ як «цензура» через темні сторінки історії асоціюється з тиранією, а свобода – з чимось виключно позитивним. Та розуміємо, що обидва (цензура і свобода) слова не мають ніякого значення, поки не пристосуємо до практики.

---

<sup>430</sup> К. Г. КРИСТІАНС, М. ФАКЛЕР, К. Б. РІЧАРДСОН та ін., *Медіаетика: практичні випадки та моральні міркування*, с. 367.

<sup>431</sup> «Гідність дитини в цифровому світі» // *Місіонар* № 11 (листопад 2017) 36.

<sup>432</sup> Пор: К. Г. КРИСТІАНС, М. ФАКЛЕР, К. Б. РІЧАРДСОН та ін., *Медіаетика: практичні випадки та моральні міркування*, с. 524.

<sup>433</sup> Там само, с. 526.

<sup>434</sup> Пор: Там само, с. 576.

<sup>435</sup> Пор: Там само, с. 226-227.

<sup>436</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Павлом Худом – Додаток № 8.

<sup>437</sup> о. М. МИШОВСЬКИЙ, «Соцмережі – шанс чи загроза?», с. 32.

<sup>438</sup> Приватне інтерв'ю з о. Тихоном Кульбакою – Додаток № 3.

<sup>439</sup> о. М. МИШОВСЬКИЙ, «Соцмережі – шанс чи загроза?», с. 33.

Як показує досвід використання Інтернету, цензура там потрібна. Проте, хто має визначати ці рамки?<sup>440</sup> У класичних ЗМК зазвичай визначало їх керівництво. А хто має це робити в Інтернеті, якщо там є всі, а цензура сама по собі має бути якісно аргументована?<sup>441</sup> Церкві залишається, як завжди, за Божественним прикладом, пропонувати незалежно від рейтингу та аудиторії, а далі – особисте рішення кожного.

Душпастирі мають відповідальність зі своєї сторони часто дбати про якісне подавання інформації та регулярно нагадувати про самостійне критичне оцінювання контенту незалежно від категорії споживачів. Також фіксувати «фейки» і реагувати<sup>442</sup>. Треба пам'ятати як сучасні медіа користуються впливом інформації і маніпуляції через людську психологію. Церква повинна дбати, щоб люди «в гонитві за "лайками", поширеннями» не втрачали «рацію»<sup>443</sup>.

З журналістського досвіду п. Володимир Мороз сказав, що проблема лінивства до читання та пошук емоцій існувала завжди, просто вони були приховані під іншими формами. Сьогодні попри різні інтереси публіки треба дбати також і за якісний корисний матеріал. Через часте небажання читати довгі тексти можна для заохочення, наприклад, «розбити» статтю на підзаголовки, розмістити фото і т. п. Таким чином, можна змінювати формат подачі інформації, проте залишати її якісною<sup>444</sup>. Можна також писати короткі повідомлення з «гіперлінками», адже «легше дізнатися про суть, а потім, якщо стане справді цікаво, прочитати глибшу аналітику»<sup>445</sup>.

Етичну чутливість Церква може виховати завдяки так званому розпрацьованому «нетикету». Мережевий етикет або нетикет – («netiquette»; від англ. network etiquette) – це правила поведінки, спілкування, традицій у мережі Інтернет<sup>446</sup>. Пасторальна рада у справах соціальних комунікацій видала документ «Етика в Інтернеті». У п'ятому пункті сказано те, що Інтернет може стати

<sup>440</sup> Пор: К. Г. КРИСТІАНС, М. ФАКЛЕР, К. Б. РІЧАРДСОН та ін., *Медіаетика: практичні випадки та моральні міркування*, с. 571.

<sup>441</sup> Пор: Там само, с. 367.

<sup>442</sup> Пор: ІНТЕРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ «ТВОЄ МІСТО», «Богопосвячене життя у добу цифрової культури».

<sup>443</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з п. Михайлом Морозом – Додаток № 7.

<sup>444</sup> Пор: Там само.

<sup>445</sup> С. БАБИНЬСКА, Ю. ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 111.

<sup>446</sup> *Культура віртуального спілкування: методичні поради*, с. 4.

корисним для суспільства, «лише якщо воно використовується в світлі чітких, надійних етичних принципів, особливо чесноти солідарності»<sup>447</sup>.

«Етика в ЗМІ має на меті стимулювати глибше розуміння випадків і дилем у журналістиці. Моральна проникливість – це кінцева мета, а порухи в нашому сумлінні – ознака того, що вона втілюється в життя»<sup>448</sup>. Етика ЗМК, зокрема нетикет, керується таким прислів'ям: «Дай комусь рибу – і ти вбережеш його на день; навчи когось ловити рибу – і ти забезпечиш його на все життя»<sup>449</sup>. Відповідальність за виховання нетикету Церква має ставити в першу чергу перед самою собою, співслужителями, вірними та просто суспільством<sup>450</sup>.

Положення нетикету розділяють на три основні категорії: психологічні, емоційні, адміністративні<sup>451</sup>. Фахівці з інтернет-комунікації Мартін Кун, Ребека Флуд та Джонатон Дьубі запропонували існування етичного кодексу блогерів.

Основні завдання можемо представити так:

- А) Сприяти інтерактивності (регулярність, співпраця, етикет, бути цікавим і корисним);
- Б) Сприяти доступу до свого блогу всім (без самоцензури);
- В) Боротися за правду (не обманювати, бути відповідальним);
- Г) Бути прозорим (не приховувати свою особистість, посилатися на джерела);
- Ґ) Бути солідарним з іншими (будувати стосунки, відгукуватись на прохання)<sup>452</sup>.

Управління культури, національностей та релігій Хмельницької облдержадміністрації створило методичне видання щодо культури віртуального спілкування. У ній ми можемо віднайти основних 10 правил нетикету:

1. Пам'ятайте, що ви спілкуєтесь з людиною (поважати інших як себе);
2. Дотримуйтеся тих самих стандартів поведінки, що і в реальному житті (і пам'ятати, що в Мережі можуть бути діти);

<sup>447</sup> PONTIFICAL COUNCIL FOR SOCIAL COMMUNICATION, *Ethics in Internet*, п. 5.

<sup>448</sup> К. І. КРИСТІАНС, М. ФАКЛЕР, К. Б. РІЧАРДСОН та ін., *Медіаетика: практичні випадки та моральні міркування*, с. 242.

<sup>449</sup> Там само, с. 241.

<sup>450</sup> Пор: Там само, с. 62-63.

<sup>451</sup> *Культура віртуального спілкування: методичні поради*, с. 8.

<sup>452</sup> Пор: К. І. КРИСТІАНС, М. ФАКЛЕР, К. Б. РІЧАРДСОН та ін., *Медіаетика: практичні випадки та моральні міркування*, с. 223-224.

3. Пам'ятайте, що ви знаходитесь у кіберпросторі (не слід очікувати миттєвої реакції на повідомлення);
4. Поважайте час і можливості інших (не слід очікувати миттєвої реакції на повідомлення);
5. Зберігайте свій імідж (перед постингом перевіряти достовірність інформації та грамотність написання);
6. Допмагайте іншим там, де ви це можете зробити (обмінюватись досвідом користування Інтернет-ресурсами);
7. Не створюйте конфлікти та не допускайте їх (також не захоплюватись перебувати в образі);
8. Поважайте право на приватне листування (також не захоплюватись забагато постити особистої інформації);
9. Пам'ятайте про авторське право;
10. Пам'ятайте про безпеку<sup>453</sup>.

Далі цей правильник окремо виділяє деякі теми. В «E-mail – етикеті» окремо роз'яснює, на що потрібно звернути увагу в E-mail-адресі та персональних іменах; тему повідомлення, довжину, зміст та формат листа, відповіді, підписи, «смайлики» та прості правила вічливості. Окремо пише про загальні правила культури спілкування у форумах, чатах та соціальних мережах. В кінці є підтема про Мережевий сленг<sup>454</sup>.

За висловом відомого релігієзнавця Віктора Єленського на сучасних інтернет-форумах «народжується нова релігійна культура»<sup>455</sup>. Це настільки очевидний процес, що, на думку автора, потребує спільної праці тих, хто пише, і тих, хто читає. Вони мають керуватися гуманістичними засадами, терпимістю, пошаною до іншого віросповідання, традиції, обряду<sup>456</sup>.

<sup>453</sup> Пор: *Культура віртуального спілкування: методичні поради*, с. 4-8.

<sup>454</sup> Пор: Там само, с.9-15.

<sup>455</sup> СКЛЕНАР І. «Етика і якість спілкування в Інтернеті», с. 36.

<sup>456</sup> Пор: Там само, с. 36.



### 3.2.3. Працювати над розвитком громадської думки, міжконфесійної та фінансової підтримки

Попри використання Інтернет-ресурсів для внутрішніх справ потрібно виходити поза межі свого кола комунікації. Приватна церковна інтернет-сторінка, регулярно відвідувана практикуючими християнами, які дотримуються всіх правил користування церковним інтернет-простором – це не є ще весь Інтернет<sup>457</sup>. Частина користувачів Мережі буде користуватися вашою інформацією як завжди, але треба пам'ятати про частину, за яку ще треба поборотися<sup>458</sup>.

Як сказав Голова Папської ради соціальної комунікації архієпископ Клаудіо Марія Челлі: «Ловити рибу в акваріумі дуже легко, але ми маємо стати тими ловцями, які ловлять рибу за межами акваріуму – Церкви»<sup>459</sup>. Інтернет-ресурс ще більше може стати добрим інтерактивним способом євангелізації не лише всередині суто християнських інтернет-каналів, але й світських, де серед секуляризованого контенту може бути Боже Слово чи навіть душпастирський супровід.

У час Революції гідності було два майдани («євромайдан» та «антимайдан») і ці «капсули» мало що стикалися<sup>460</sup>. Подібно так і ми можемо залишитися в своєму колі без діалогу і служіння тим, які не є практикуючими християнами чи просто не користуються християнськими інтернет-сторінками.

Тому Церкві, зокрема УГКЦ, варто виконувати своє пасторальне Інтернет-служіння у відкритій співпраці з громадськими інтернет-сайтами, а також сайтами інших конфесій. «Церква не передбачає диктувати..., але допомогти, вказавши етичні та моральні критерії, які мають відношення до критеріїв процесу, які можна знайти як у людських, так і в християнських цінностях»<sup>461</sup>. Потрібно менше акцентувати на «взаємоповчанні», а зосереджуватися на

<sup>457</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Ростиславом Пендюком – Додаток № 12.

<sup>458</sup> Пор: ІНТЕРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ «ТВОЄ МІСТО», «Богопосвячене життя у добу цифрової культури».

<sup>459</sup> С. БАБИНЬСКА, Ю.ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 73.

<sup>460</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з Наталкою Габор – Додаток № 14.

<sup>461</sup> PONTIFICAL COUNCIL FOR SOCIAL COMMUNICATION, *Ethics in Internet*, п. 18.

Треба зважити також на непрофесійний підхід самих журналістів. Тут і полягає твоє душпастирство – вийти до них і дати їм можливість навчитися. Пояснити, що, коли йдете до представника духовенства, потрібно знати титул особи, як до неї правильно звертатися<sup>464</sup>.

Одне із завдань співпраці Церковних та суспільних інтернет-каналів – це нагадування і приклад Церкви про те, що «кіберпростір повинен бути ресурсом комплексної [та якісної] інформації та послуг, доступних безкоштовно для всіх»<sup>465</sup>. Церква розуміє, що захист від небезпек з боку Інтернету неможливо подолати самотійно. Тому закликає владу та інші громадські організації об'єднуватися для спільного блага<sup>466</sup>.

Багато складних питань, пов'язаних з Інтернетом, вимагає міжнародного консенсусу: наприклад, як гарантувати конфіденційність законних осіб та груп без утримання правоохоронних та службових осіб у здійсненні нагляду за злочинцями та терористами; як захистити авторські права та права інтелектуальної власності, не обмежуючи доступ до матеріалів, що знаходяться у суспільному надбанні, і як визначити сам «публічний домен»<sup>467</sup>; як створити та підтримувати широкомасштабні інтернет-сховища інформації, вільно доступної для всіх користувачів Інтернету різними мовами; ...Зокрема, питання про те, як закрити цифровий розрив між багатими інформацією та інформаційно бідними, потребує невідкладної уваги у своїх технічних, освітніх та культурних аспектах<sup>468</sup>.

Церква заради спільного блага та свідчення повинна брати участь у різного роду громадських акціях. До прикладу, недавній флешмоб щодо збору коштів на підтримку української армії «Ice bucket challenge», в якому взяли участь як звичайні люди, так і високопосадовці, ба навіть представники духовенства<sup>469</sup>. «Якщо на основі загальних цінностей, кореневих у характері людини, міжкультурний діалог, зроблений можливим завдяки Інтернету та іншим засобам

<sup>462</sup> Пор: *Круглий стіл «Церква і медіа: чи є шанс на взаємодію?»*.

<sup>463</sup> Пор: Там само.

<sup>464</sup> Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

<sup>465</sup> PONTIFICAL COUNCIL FOR SOCIAL COMMUNICATION, *Ethics in Internet*, п. 10, 13.

<sup>466</sup> Пор: «Гідність дитини в цифровому світі», с. 37.

<sup>467</sup> Доменне ім'я (англ. domain name) – унікальний набір символів (букв / цифр), що дозволяє ідентифікувати інтернет-ресурс із сервером (зокрема з його IP-адресою), на якому він розташований. Із погляду хостингу, доменне ім'я – унікальна адреса, за допомогою якої будь-який інтернет-користувач може знайти певний ресурс в інтернеті. Доменні імена, як правило, складаються з двох і більше частин, розділених крапками. Зазвичай доменне ім'я (його ліва частина) збігається з назвою організації, компанії тощо. При цьому ліва частина доменного імені відповідає кінцевому вузлу мережі, а права є загальною – визначає країну, область, регіон («Словник» // сайт: *Медіадрайвер*).

<sup>468</sup> PONTIFICAL COUNCIL FOR SOCIAL COMMUNICATION, *Ethics in Internet*, п. 17.

<sup>469</sup> ЛЬВІВСЬКА ДУХОВНА СЕМІНАРІЯ СВЯТОГО ДУХА (продюсер), «IceBucketChallenge», 5 вересня 2014, <<https://www.youtube.com/watch?v=bW62kpT4u7I>> (дата звернення 17 жовтня 2017).

соціального спілкування, може бути привілейованим засобом для побудови цивілізації любові»<sup>470</sup>.

Досвідом співпраці зі світськими медіа поділився керівник прес-служби Львівської Архиепархії УГКЦ о. Павло Дроздяк. Він сказав, що: стратегію, яку він

обирав як керівник прес-служби від 2008 року була... найперше є навести шляхи комунікації з особами, які працюють у різних ЗМІ. Навести найперше особистісні стосунки з представниками різних видань, телеканалів, для того, щоби, маючи ті особистісні стосунки, подаючи правильні сформульовані меседжі, ти би міг отримати найбільш очікуваний результат – щоб тебе почула більшість, те, що ти хочеш донести. Тому важливо формулювати цікаві меседжі, які будуть цікаві журналістам, адже журналіст виходить на своє завдання перед тим заслухавши думку своїх головних редакторів. Тому, якщо ти правильно подаєш інформацію, вона буде цікавою, то її висвітлять. Якщо просто поставиш інформацію – ніхто не буде на неї зважати, ніхто на неї не «прийде»... Неодноразово я робив зустрічі редакторів різних видань, інтернет-видань і з правлячими ієреями для того, щоб навести найперше особистісні стосунки... Сама побудова добрих особистісних контактів з медіа і є цим власне душпастирством. Ти працюєш і дозволяєш журналістам бути відкритим до тебе, ти даєш їм свої контакти... Неодноразово ми переконалися на конкретних випадках, коли журналісти до нас телефонували і радилися, як вони мають правильно написати, щоб не нашкодити Церкві. Є багато світських медіа-магнатів, цілих корпорацій, в яких нам необхідно душпастирювати...<sup>471</sup>.

Так звані «зовнішні аудиторії» можуть реагувати на співпрацю з Церквою як позитивно, так і нейтрально, а ще часом – вороже<sup>472</sup>. «Іноді особи, які хочуть нашкодити Церкві, використовують цю правду виключно в своєму ключі, показуючи лише ті речі, які є найбільш потрібними, щоби ще раз очорнити, осквернити Церкву»<sup>473</sup>. Тому зі своєї сторони наперед треба бути добре підготовленим. Знати з ким маєш справу, яке в інших ставлення до Церкви, якою тематикою цікавляться, який досвід і плід попередньої праці мають, яку мету собі ставлять, бути готовим відповісти на негативні коментарі, додаткові питання тощо<sup>474</sup>.

«Позитивною рисою журналістських матеріалів можна вважати обережне і шанобливе ставлення до проблем духовництва та спроби толерантного і рівного

<sup>470</sup> PONTIFICAL COUNCIL FOR SOCIAL COMMUNICATION, *Ethics in Internet*, п. 9.

<sup>471</sup> Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

<sup>472</sup> Пор: С. БАБИНЬСКА, Ю.ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 45.

<sup>473</sup> Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

<sup>474</sup> Пор: С. БАБИНЬСКА, Ю.ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 58.

може служити знання церковної термінології, «бути в темі» релігійної та духовної сфери, розуміти, а краще жити духовністю, «пропускати через серце»<sup>476</sup>.

Тому слід працювати виважено, шукаючи спільних точок, викликати довіру, яка може будуватися в тому випадку, якщо світська організація зрозуміє, що релігія є важливою частиною життя і у сфері даної соціальної організації. При можливості важливо наголосити саме на конкретну Церкву<sup>477</sup>.

Організації, які можуть бути в співпраці з Церквою (зараз маємо на увазі саме співпрацю в Інтернеті): освітні заклади, поліція, медичні заклади, громадські організації, спортивні клуби, культурно-мистецькі організації, мас-медіа та ін.<sup>478</sup> Наприклад, з дозволу обох сторін створити духовній особі на сайті лікарні блог із теми біоетики. Чи навпаки – на християнській сторінці вести блог про здоров'я. Це потрібно для того, щоб люди бачили, що духовність є невід'ємною частиною людини, знайти тих людей, які ще не є у Церкві, або «підстелити соломку» там, де можуть «впасти» вірні Церкви<sup>479</sup>.

Інколи потрібно пояснити журналісту громадськості (який може не розумітися в церковній діяльності) з використанням їхньої професійної лексики для чого саме ця річ, про яку бажає розповісти Церква, є важливою, корисною тощо. Журналісти не мають обов'язок глибоко розуміти конкретну релігію чи Церкву, бо, до прикладу, сьогодні журналіст описує монастир в с. Унів, а завтра пише про президентські вибори. Журналісти шукають експертів. І якщо вони, коли матимуть за мету знайти представника традиційних Церков і до «дедлайну» не достукаються до представника УГКЦ, то будуть шукати в іншій Церкві.

Часто журналісти жаліються на закритість церковних спільнот до співпраці. Це інколи змушує їх звертатись не завжди до фахівця, а до когось-небудь<sup>480</sup>. Тому в такому випадку Церква не може відмовляти в допомозі. Радше повинна

<sup>475</sup> Пор: А. Бойко, *Релігія в мас-медіа України: Тексти лекцій* – К., 2009. с. 47-48.

<sup>476</sup> КОЗИРЯЦЬКА С. *Мережеві християнські видання українського медіапростору: монографія*, с. 81

<sup>477</sup> Пор: С. БАБИНЬСКА, Ю. ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 85.

<sup>478</sup> Пор: Там само, с. 47-48.

<sup>479</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з Наталкою Габор – Додаток № 14.

<sup>480</sup> Пор: *Круглий стіл «Церква і медіа: чи є шанс на взаємодію?»*.

Маємо велику спадщину науки Церкви, яку сьогодні важливо популяризувати й поширювати. Багато є цікавих думок святих, про які мало хто знає. Слід ще пам'ятати не лише про духовну, але й культурну чи просто загальну формацію<sup>482</sup>.

Отже, як ми вже згадували, якщо Церква має за мету співпрацювати зі світськими інтернет-ресурсами, їй потрібно дотримуватись деяких основних правил медіа-грамотності, інтернет-піару, стратегій і т. д. І таким чином, дотримуючись певних правил, можна уможливити свою пасторальну присутність. На превеликий жаль, в духовенства і світських осіб часто різне розуміння подачі інформації, пріоритетів і т. д.<sup>483</sup>. Слід діяти так, щоб серед різного медіа-матеріалу журналісти вибрали саме пропонований тією чи іншою Церковною спільнотою або особою<sup>484</sup>. Також слід звертати увагу на реальні можливості того, з ким хочеш співпрацювати<sup>485</sup>. Інколи в певних ситуаціях для успішного результату треба зробити майже все самому.

По-перше, вартувало би пам'ятати, що якийсь коментар чи стаття у світському інтернет-каналі не сприймається у форматі прямої проповіді. Зерном євангелізації може стати коментар з духовної точки зору якоїсь події, історії з життя тощо<sup>486</sup>. Якщо часом для Церковного середовища характерні матеріали з апофатикою, алегоріями, притчами, таїнственністю, поважною проповіддю, темою вічності і т. д., то згідно норм мас-медій важливі: факти, цифри, історії, динаміка, збалансованість, приваблива картинка, оперативність, дедлайн тощо<sup>487</sup>. До прикладу, «побожні» фрази у заголовках чи самому контенті не завжди зуміють промовити і донести Добру Новину. Потрібно вчитися володіти

---

<sup>481</sup> Пор: С. БАБИНЬСКА, Ю.ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 89.

<sup>482</sup> ІНЕТРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ «ТВОЄ МІСТО» (продюсер), *Мудрість перебування в світовій павутині. Форум «Богосвячене життя в добу цифрової культури»*.

<sup>483</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

<sup>484</sup> Пор: *Круглий стіл «Церква і медіа: чи є шанс на взаємодію?»*.

<sup>485</sup> Пор: Там само.

<sup>486</sup> Пор: С. БАБИНЬСКА, Ю.ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 57.

<sup>487</sup> Пор: Там само, с. 80

мистецтвом слова в тому числі з тенденціями нових медіа – Інтернеті.

Розглянемо приклад із типовою проблемою заголовків у релігійних медіа:

Погано	Добре
Будь благословенний, Господи, піснею й танцем, на бубні й на арфі	Квартет католицьких монахинь вийшов у топ-10 українських хіт-парадів.

488

Отже, якісна праця і співпраця в медіа, зокрема в Інтернеті, творить новий імідж Церкви<sup>489</sup>. Особливо успішним і правильним шляхом є не нав'язливість, а щире, відкрите свідчення віри<sup>490</sup>. Разом з цим важливо залучати громадських лідерів думки («opinion makers») до спільної справи, які могли би в різний спосіб, відповідно до їхнього стилю, достукатись до тих аудиторій, для кого Церква не до кінця є авторитетом<sup>491</sup>.

Не можна забувати про якісну міжрелігійну та міжцерковну працю в Інтернеті. Про це нам чітко вказує вищезгаданий документ Папської Ради у справах соціальних комунікацій «Критерії екуменічної та міжрелігійної співпраці у сфері комунікації». Документ акцентує увагу, що співпраця християнських медій повинна базуватися на професіоналізмі, різнобічності та обміні досвіду<sup>492</sup>. Наприклад, це може бути поліконфесійний проект. Такі проекти поодинокі вже існують, де різні конфесії діляться власними ресурсами практики та богослов'я. Таким прикладом є християнський дитячий канал «Clarastudio.tv».

Розуміємо, що коли говоримо про можливості в пасторальному Інтернет-служінні, то значною мірою безкоштовні платформи та співпраця з іншими організаціями дозволяє діяти в широкому діапазоні. Проте, щоб якісно здійснювалась праця в Інтернеті, Церкві також не обійтися без матеріальних

<sup>488</sup> С. БАБИНЬСКА, Ю. ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 149.

<sup>489</sup> Пор: Ю. ЛАВРИШ. *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*, с. 22.

<sup>490</sup> Приватне інтерв'ю з о. Тихоном Кульбакою – Додаток № 3.

<sup>491</sup> ІНТЕРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ «ТВОЄ МІСТО», «Богосвячене життя у добу цифрової культури».

<sup>492</sup> *Критерії екуменічної та міжрелігійної співпраці у сфері комунікації*, п. 5, 6, 8.

В Україні назагал відсутнє розуміння необхідності плати за контент, як це є вже у багатьох країнах Заходу<sup>495</sup> і загалом важко говорити, чи може Церква за використання своїх інтернет-каналів ставити ціну<sup>496</sup>.

Все ж потрібно виховувати аудиторію в тому дусі, що люди, які творять якісний контент, потребують справедливого винагородження. Про це можна писати на сайтах, згадувати в описі мобільних додатків тощо<sup>497</sup>. Для отримання фінансової підтримки необхідні певні медіа-наповнення, які би допомагали і підсилювали існування тої чи іншої церковної структури, творячи так-звану церковну корпорацію<sup>498</sup>.

Впродовж останніх років із розвитком медіа УГКЦ, яке фокусується значною мірою на Інтернет, Церква зайнялася кращою організацією професійних кадрів та фінансуванням. Хоча не можна сказати, що це вповні задовольняє потреби нових медіа УГКЦ вповні.

Звичайно, що будь-яка церковна діяльність у більшості є спонсорованою невеликими пожертвами з боку вірних Церкви. Проте, як забезпечити великі проекти? Для вирішення цього питання потрібно діяти подібно, як і з кожною тривалою відповідальною співпрацею. Тобто жертводавці, які готові заплатити більше коштів, хочуть бачити належно представлений і потрібний проект, а також мати регулярні відносини з творцями чи керівниками проекту, отримувати чіткий фінансовий звіт<sup>499</sup>. Для налагодження відносин із жертводавцями допоможуть піар-прийоми. Наприклад, презентації (буклети, звіти, статистика), подбати за добрі рекомендації, мати в базі даних всіх добродійців, де можна надсилати звіти, плани, привітання з нагоди свят тощо<sup>500</sup>.

---

<sup>493</sup> Пор: С. Филипчук, *Релігія і Церква в ЗМІ: Приктикум. Навчально-методичний посібнк.* – Рівне: ПП ДМ, 2012, с. 118.

<sup>494</sup> Пор: *Круглий стіл «Церква і медіа: чи є шанс на взаємодію?»*.

<sup>495</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з п. Тарасом Антошевським – Додаток № 9.

<sup>496</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Ростиславом Пендюком – Додаток № 12.

<sup>497</sup> Пор: Там само.

<sup>498</sup> Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

<sup>499</sup> Пор: С. БАБИНСЬКА, Ю.ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 50-51.

<sup>500</sup> Пор: Там само, с. 51

### 3.2.4. Визначитися з платформою, форматом та аудиторією в пасторальній Інтернет-діяльності

Ще одним важливим моментом, на який варто зважити в пасторальному Інтернет-служінні, є правильно обрана мережева платформа. Через небажання читати довгих статей у соціальних мережах складається враження, що сьогоденне суспільство глобально відмовляється читати те, що по розміру є більшим за декілька речень. Проте фахові журналісти (релігійні та світські) кажуть:

не правда, що довгі тексти непопулярні. Просто кожен тип матеріалу за формою, за змістом має бути адресований під різного виду платформу... На якій платформі піде текст довгий і короткий, на якій платформі піде відео, на якій аудіо, на якій платформі піде фото... Вони [тексти] зберігають свою популярність просто не всюди, не все і не завжди, і кожному користувачу». «Різноманітні платформи інтернет-ресурсів не ілюзують важливість і необхідність змістової інформації... коли дотримано два параметри: якісне за змістом повідомлення і сервіс, який зручний до користувача. Церква має дивитися, які платформи зручні для користувача і, якщо вона хоче вийти йому назустріч, вона їх використовує<sup>501</sup>.

Отже Церкві, щоб донести Боже Слово, потрібно враховувати формати цільової аудиторії. «Якщо ми говоримо про «Facebook», то важливо зрозуміти, чи є ця цільова аудиторія тут»<sup>502</sup>. І навпаки: якщо творимо сайт, то треба врахувати, хто ним буде користуватися. З іншої сторони, за форматом не має губитися мета обраної діяльності<sup>503</sup>, те, що дійсно для Христової Церкви варте уваги<sup>504</sup>.

Щоб не виникала дилема з перевагами праці на звичайних сайтах і соціальних мережах спробуємо шляхом спостереження виділити основні плюси (+) та мінуси (-) в техніці використання в пасторальному служінні на вищезгаданих каналах.

Звичайні сайти	Соціальні мережі
+ Легше зорганізувати структуровано інформативну та архівну	+ Відкритість до спілкування, що творить «живішу» атмосферу.

<sup>501</sup> Приватне інтерв'ю з о. Павлом Худом – Додаток № 8.

<sup>502</sup> Приватне інтерв'ю з Тарасом Прокопишином, Оксаною Височанською та Іриноєю Процик – Додаток № 4.

<sup>503</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком – Додаток № 6.

<sup>504</sup> І. Шидловський «Добро справді варте уваги» // *Пізнай Правду* 112 (2017) 16.



<p>функцію. Технічно легше посортувати дані окремо на відео, аудіо, зображення, обговорення, організації зустрічей, конкурси, електронної бібліотеки, приватні блоги і т. д.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Авторитетність інформації.</li> <li>+ Можливість мати чітку і привабливу адресу (посилання), дизайн, бути оригінальною (за допомогою різних мультимедіа)<sup>505</sup>.</li> <li>- На сайт треба заходити окремо.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Користувач соціальної мережі може додати той чи інший матеріал собі на сторінку, поширюючи між «друзями».</li> <li>+ На сторінку спільноти є зручніше переходити, ніж на інший сайт.</li> <li>- Інформація має здатність губитися.</li> <li>- Особиста приватна сторінка чи сторінка спільноти має виконувати правила сайту (брати до уваги обмеження).</li> </ul>
--	---

Не можна бути впевненим, що юзери Інтернет-ресурсів більше надаватимуть перевагу офіційним сайтам (не соцмережевим), бо вони мають більш офіційний стиль. Церковна організація повинна розуміти, що соціальні мережі первинно є для комунікації, також для представлення «людського обличчя організації»<sup>506</sup>. Інші сайти зазвичай служать для інформування. Потрібно врахувати також стиль подання інформації. Особливо в теперішній час, важливо думати про привабливість і зручність. Наприклад, враховувати, яким гаджетом користується аудиторія. Для порівняння можемо побачити, що Google Аналітика сайту «ДивенСвіт»<sup>507</sup> показує, що користування сайту відбувається смартфонами та комп'ютерами практично наполовину. Тому сайту потрібно бути зручним як для обидвох типів гаджетів.

Мобільні Інтернет-додатки чи програми-месенджери<sup>508</sup> ми розглядаємо як додатковий альтернативний спосіб спілкування. А щодо програм-ігор в нашій

<sup>505</sup> Пор: С. БАБИНЬСКА, Ю.ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 76.

<sup>506</sup> Пор: Там само, с. 77.

<sup>507</sup> Пор: Google Аналітика сайту ДивенСвіт (вибіркові дані) – Додаток № 15.

<sup>508</sup> Месенджери (сервіс миттєвих повідомлень) – різновид інтернет-сервісу, що дозволяє в реальному часі обмінюватися повідомленнями двом або більше користувачам, що одночасно користуються цим сервісом. На відміну від електронної пошти, де повідомлення чекає відправлення через сервер, месенджери дозволяють

Церкві, то за словами о. Ігоря Яціва ще відбувається пошук тих, хто би взявся за цю сферу<sup>509</sup>. Тому ця діяльність, на жаль, ще на маргінесі.

Отож, треба старатися, щоб Слово Боже могло проникнути в усі сфери медійного простору. Розуміємо, що в свідомості людини відкладається та інформація, яка потрапляє на очі частіше. Для цього Церква не повинна обмежуватись лише одиночними каналами (наприклад, офіційним сайтом). Треба творити блоги, сайти-візитки, сторінки в соціальних мережах, інформацію у «Вікіпедії» (wikipedia.org) тощо<sup>510</sup>. Значна кількість богословів могла би знайти свою реалізацію в Інтернеті, зокрема у блогах. Є потреба і в неофіційних веб-форумах для приватного спілкування на християнські теми<sup>511</sup>.

Розуміємо, що

з кожним роком кількість інформації збільшується. Важливо те, чи ти в цьому потоці інформації зі своїм не дуже якісним контентом зможеш конкурувати з іншими. Людина обирає собі за своїми вподобаннями. Тому тут важливо намагатися робити максимально якісно, щоб досягти цілі... В Україні зараз розвивається медіа маленьких громад... Це можуть бути громади за інтересами – професійними чи позаробочими... Зараз маємо прекрасний майданчик –...різні соціальні мережі, які дозволяють розповсюджувати інформацію, поширювати. Так само і з Євангелізацією... Спосіб є, але треба знайти свій шлях, де вам буде цікаво, комфортно, і де ви зможете застосувати свої знання. Важливо також бути експертом в тій галузі, про що розповідає<sup>512</sup>.

Після визначення площини пасторального Інтернет-служіння важливо знати чітко свою аудиторію<sup>513</sup>. «Кожна людина сприймає інформацію по-своєму... Ми повинні уявляти, хто наш читач»<sup>514</sup>. Церкві ускладнюється завдання, адже вона не має чітко окресленої аудиторії. Вона бажає голосити Слово всім. Тому в пасторальній діяльності (в тому числі в Інтернеті) потрібно працювати розгалужено, що і намагається Церква зробити по різних інтернет-каналах і секціях.

Спілкування може відбутися в різний спосіб: на «стіні спільноти» (місце для постів в окремій сторінці соціальної мережі) чи приватної сторінки, в створеній

---

отримувати повідомлення миттєво. Такі сервіси дозволяють обмін файлами, відео- та аудіодзвінки («Словник» // сайт: *Медіадрайвер*).

<sup>509</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Ігорем Яцівом – № 10.

<sup>510</sup> Пор: С. БАБИНЬСКА, Ю.ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 75.

<sup>511</sup> Пор: М. КРОКОШ, «Німа Церква».

<sup>512</sup> Приватне інтерв'ю з Тарасом Прокопишином, Оксаною Височанською та Іриноєю Процик – Додаток № 4.

<sup>513</sup> Пор: С. БАБИНЬСКА, Ю.ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 39.

<sup>514</sup> Приватне інтерв'ю з п. Михайлом Морозом – Додаток № 7.

переписці – «діалозі». Спілкуватись можна відкрито чи приватно. Можна анонімно, наприклад, через сайт «Ask.fm» (ask.fm). Треба бути обережним із відповідями, коментарями<sup>515</sup>.

Важливо, щоб кожна функція відповідала потребі, а також якісному контенту. Треба дивитись також, хто чим зазвичай користується, що на цей час популярне. Наприклад, серед молоді зараз лідер – «Instagram», де більше виражена тенденція фото-ресурсів, ніж тексту. Що буде далі – важко спрогнозувати<sup>516</sup>.

Треба розуміти свою аудиторію, говорити мовою своєї аудиторії. Звичайно, не опускається до рівня «нижче вже нікуди», але ви теж не повинні «задавлювати» її своїм інтелектом і показувати, який я розумний, модний і т. д. Чітко розуміти, що ви хочете донести. Коли це ви спілкуєтеся, наприклад, з добре обізнаними теологами, то це має бути один рівень подачі інформації. І зовсім інше, коли ви намагаєтеся залучити до Церкви 20-ти річних людей. Має бути розуміння, для чого ми це робимо, відповідна тема, відкритість, можливість отримати інформацію<sup>517</sup>.

Як підсумок на основі дослідженого можемо назвати основні точки розвитку пасторального Інтернет-служіння в Україні, на які слід звернути увагу:

- 1) Організація центрів медіаграмотності;
- 2) Формування та навчання правил користування Інтернет-ресурсами;
- 3) Праця над громадською думкою, міжконфесійною та фінансовою підтримкою;
- 4) Визначення платформ, форматів та аудиторії.

Вишкіл та виховання духовенства та мирян правильно комунікувати дозволить якісно реалізовувати місію – голосити Євангеліє. Громадська та фінансова підтримка дасть змогу утвердити та розширити пасторальну діяльність. Визначення платформ, форматів та аудиторії дозволить різним каналам сконцентрувати свою увагу на цілі та меті проголошеного Божого Слова.

<sup>515</sup> Пор: С. БАБИНЬСКА, Ю. ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА, *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 78.

<sup>516</sup> Пор: Приватне інтерв'ю з о. Ростиславом Пендюком – Додаток № 12.

<sup>517</sup> Приватне інтерв'ю з Тарасом Прокопишином, Оксаною Височанською та Іриною Процик – Додаток № 4.

## ВИСНОВКИ

Світ комунікації міняється – міняється швидко і назавжди. Церкві для кращого сповіщення Доброї Новини потрібно слідкувати, вивчати та наслідувати нові тенденції спілкування. Сьогоднішня

аудиторія дещо інакше думає та слухає, аніж аудиторія наших попередників. Сьогодні ми не можемо сіяти так само, як це робили священники заледве 20-30 років тому. Ми живемо в інших часах, що потребують методів, пристосованих до сучасних потреб<sup>518</sup>.

Сьогодні Інтернет виступає як новий рівень журналістики,

як у технічному, так і в змістовому аспектах. Технічний аспект пов'язаний з швидкістю поширення масової інформації, використанням мультимедійних можливостей. Змістовий аспект пов'язаний з цілковитою відсутністю (й засадничою неможливістю) в Інтернеті цензури чи якогось іншого нагляду. Зникають усі опосередковані обставини, журналіст (чи громадянин, який виступає в ролі журналіста) напряму здійснює свої інформаційні функції. Ці умови гарантують масово-інформаційній діяльності максимальну об'єктивність повідомлень<sup>519</sup>.

Можемо ствердити, що в Церкві є лиш частина людей. Інша, що поза нею, може бути серед користувачів Мережі. Коли Ісус Христос дав завдання проповідувати Добру Новину по світу, то Він мав на увазі 200-300 мільйонів людей, що жили в той час у світі. За теперішніх умов, якщо кожен християнин, хто може поділитися з 400-600 тисячами людей за умови, що всі виконають таке завдання,<sup>520</sup> можна сповістити Добру Новину всьому людству. Насправді реальність виконати таку місію, тим більше із використанням сучасних ЗМК цілком можлива, тим паче якщо розглядати у світлі християнської віри з якою «нічого не буде неможливо» (Мт. 17.20). Залишається уповати на особисте бажання кожного вірного Церкви. І не важливо в який спосіб – «репощена» (поширена у пості) пісня, блог чи канал в YouTube<sup>521</sup>. Люди перебувають в «інформаційному світі... «Ми його не можемо забрати, але ми повинні його наповнити християнським, змістовним і якісним продуктом, чого сьогодні є недостатньо». Отець Ростислав Пендюк для правильного використання сучасних

<sup>518</sup> С. БАБИНЬСКА, Ю. ЗАВАДСЬКА, М. КАРАПІНКА, О. КУЛИГІНА. *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, с. 7.

<sup>519</sup> І. СКЛЕНАР, *Особливості функціонування релігійних Інтернет-видань України / Ігор Скленак, Ірина Скварко // Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства / НАН України, ЛННБУ ім.В. Стефаника, НДІ пресознавства [ред.кол.: М.М.Романюк (відп. ред.) та ін.]. – Львів 2012. – Вип. 2, с. 22.*

<sup>520</sup> Пор: О. Ю. БЛАЖИЄВСЬКИЙ, «Церква як соцмережа» // *Скинія* 3.VIII – 14 X (2017) 8.

<sup>521</sup> Пор: Там само, с. 8

технічних засобів дав три поради: вміти використовувати все, що дає теперішній час, мати мудрість це використовувати і люблячи людей робити це для них<sup>522</sup>.

Розуміючи можливості використання Мережі у пасторальному служінні, ми розглянули питання ролі Інтернет-ресурсів в пасторальному служінні УГКЦ в Україні впродовж 2007-2017 рр.

У першому розділі ми розглянули важливість Інтернету в житті сучасної людини назагал. Описали переваги та виклики використання Всесвітньої мережі, яка впливає на психологію, культуру та духовний світ людини. Для цього ми використали як світські наукові дослідження, так і документи Католицької Церкви. Також були взяті до уваги деякі коментарі з різних джерел УГКЦ.

В другому розділі ми розглянули особливості пасторального служіння на практиці духовництва УГКЦ на різноманітних інтернет-платформах, окреслили успіхи та виклики. Праця базувалася на коментарях експертів релігійних та світських ЗМК.

Ми побачили, що ще досі є редактори сайтів чи власники приватних сторінок, які не усвідомили переваг Інтернету. Зокрема, сюди можна віднести практично «всі офіційні сайти релігійних організацій України, які швидше нагадують електронний збірник важливих документів та адрес, аніж засіб для зацікавлення та просвіти віруючих»<sup>523</sup>. Через стереотипи про Інтернет як невартий особливої уваги і забираючий час канал «часто представники духовництва консервативно ставляться до використання блогів чи акаунтів у соціальних мережах».<sup>524</sup> Проте з кожним днем ми бачимо відхід від цього стереотипного мислення. Адже стрімко розширюється спектр пасторального служіння, в тому числі через духовенство. На сьогодні, враховуючи загальну картину, праця УГКЦ в Інтернеті поміж іншими релігійними спільнотами є однією з найуспішніших. Ми надалі повинні пам'ятати, що богопосвячені особи мають користуватися мережею не для того, щоб просто там перебувати, але і для того, щоб використовувати для «ловлі людей» та донести досвід пошуку Бога.

<sup>522</sup> TEDx TALKS (продюсер), «Симбіоз духовності та технологій у сучасному житті | о. Ростислав Пендюк | TEDxUCU».

<sup>523</sup> І. СКЛЕНАР, *Особливості функціонування релігійних Інтернет-видань України*, с. 20.

<sup>524</sup> Ю. ЛАВРИШ, *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*, с. 40.

Третій розділ полягав: на основі синтезу настанов душпастирської інструкції Папської Ради у справах соціальної комунікації «Aetatis Novae» та локальних потреб пасторального Інтернет-служіння УГКЦ в Україні створити план дій на майбутнє.

Церква повинна завжди надавати напрямні, як користуватися Інтернетом, слідкувати за новими небезпеками і застерігати користувачів, щоб негативна інформація не мала впливу і не приводила до віртуальної залежності (особливо дітей). Церква зацікавлена у присутності медіа-фахівців серед духовенства та мирян і покладає велику надію на їх майбутні покоління. Так зване «медіа-капеланство» може співпрацювати як із прес-службами, так і з капеланами інших напрямків служіння<sup>525</sup>.

Релігійна журналістика в Україні – це малодосліджена тема. Щоб над нею працювати, треба її любити і стежити за нею постійно<sup>526</sup>, а найголовніше – вміти використовувати. Тому ми для кращої пасторальної діяльності УГКЦ в Україні виокремили наступні настанови:

1. Організувати і підтримувати центри медіаграмотності, починаючи з постів в Інтеренті, майстер-класів при парафіях, закінчуючи вищою освітою при університетах. Такі вишколи дозволять вміти правильно використовувати Мережу для комунікації, особливо у вихованні критичного мислення в часі різних небезпек зі сторони віртуального світу. Адже «потрібно зважати, хто подає інформацію, пізніше – як подають її, хто є автором, на якому сайті розміщено цю інформацію<sup>527</sup> і т.д.

2. Розпрацювати правила використання Інтернет-ресурсами та християнський нетикет. ЗМК мають не просто інформувати, а будувати: «комунікатори збираючи, збираючи й оприлюднюючи новини, повинні «дотримуватись морального закону та шанувати права й гідність людської особи. Не кожне знання допомагає, але "любов будує" ( 1 Кор. 8,1). Гасло "любов будує" має бути гаслом кожного зрілого комунікатора»<sup>528</sup>.

3. Дбати за громадську думку (піар), міжконфесійну та фінансову підтримку. В кожному сучасному ЗМК відбувається певна конкуренція за увагу користувача. Тому «необхідно творити якісний глибокий, цікавий,

<sup>525</sup> Р. СТОЙКО, «Мережа для Слова», с. 8.

<sup>526</sup> О. ВОЙТКО, «"Суспільство зрозуміло, що Церква – це жива структура!" – релігійний журналіст Юліана Лавриш».

<sup>527</sup> Приватне інтерв'ю з п. Тарасом Антошевським – Додаток № 9.

<sup>528</sup> «Інтерв'ю з п. Михайлом Перуном», с. 24.

християнський контент, який буде наповнювати інтернет-сторінки,... та інші сучасні електронні засоби комунікації»<sup>529</sup>. В цьому може допомогти системна співпраця з різними організаціями та лідерами думок, долучення до спільної праці зовнішніх експертів та добрі практики інших конфесій. Такі, інколи світські, методи Церква може і повинна використати для голошення Слова. Початком може бути навіть позначення на «Google Maps» (посилання: [google.com.ua/maps](http://google.com.ua/maps)) парафії та інформації про неї.

Медіа-ресурси будуть популярними тоді, коли вони будуть максимально якісними і пропонуватимуть цікавий, добре сформований глибокий контент. Якщо говорити чесно, сьогодні таких медіа-ресурсів, зокрема в християнському світі, українською мовою, маємо не так багато... Необхідно розвивати інтернет-ресурс, кінофільми, друковану продукцію, культурно-мистецькі проекти з духовно мотиваційним підґрунтям<sup>530</sup>.

4. Визначитися з платформою, форматом та аудиторією в пасторальній Інтернет-діяльності. Якщо ми хочемо мати велику кількість споживачів, то мусимо працювати над сучасними духовними медіа-проектами, які є важливими, тому що ними буде користуватися велика кількість людей. Треба творити ігри, мультфільми, духовні програми, бо знаємо як багато людей зараз проводять багато часу з гаджетами в Інтернеті<sup>531</sup>. Адже «розваги чинять вплив – добрий чи поганий – на спосіб і мету життя», які є особистим вибором, але які можуть впливати на масову культуру<sup>532</sup>.

Одним з більших викликів це те, що перед кожним вдалим проектом часто, залишається низка попередньо невдалих проектів, на які затрачено чимало часових, фінансових та інших ресурсів. Не можемо виключати те, що, наприклад, потреба сайтів взагалі може завершитись. о. Ростислав Пендюк сказав, що

ми тільки вчимося їх створювати, а вони вже, можливо, будуть зникати... Я не виключаю, що, якщо ми зустрінемося з вами через рік, «Instagram» буде на заході своєї кар'єри. Буде вже щось інше в тренді, на жаль чи на щастя, ми живемо в дуже мінливому світі, раніше було простіше... Коли все було наперед, на рік на два відомо, зараз цього невідомо. Просто треба вміти слідкувати<sup>533</sup>.

<sup>529</sup> «Інтерв'ю з п. Михайлом Перуном», с. 24.

<sup>530</sup> Там само, 23.

<sup>531</sup> Пор: Там само, 23.

<sup>532</sup> Пор: К. І. КРИСТІАНС, М. ФАКЛЕР, К. Б. РІЧАРДСОН та ін., *Медіаетика: практичні випадки та моральні міркування*, с. 588-589.

<sup>533</sup> Приватне інтерв'ю з о. Ростиславом Пендюком – Додаток № 12.

В часі будування та реалізації стратегії пасторальної діяльності в Інтеренті важливо не забувати про основну мету: «тенології не є метою самі в собі»<sup>534</sup>. В Церкві має залишитися зустріч реальна, тому Вона має переосмисити як за допомогою сучасних засобів спряти цьому. Повинне залишатись бажання зустрітись вживу. Наприклад, не лише подивитися пряму трансляцію відправи в церкві, але і прийти до храму. Кожна людина потребує справжніх стосунків і заради цього ми маємо використовувати блага Інтернету. Мережа комунікації не повинна обмежуватись лише в Інтернеті<sup>535</sup>. «Попри стрімкий розвиток у ЗМІ, ми не можемо замінити справжнього спілкування віртуальним... комунікація має базуватись на любові та будувати єдність світової спільноти»<sup>536</sup>.

У використанні Інтернет-ресурсів Церква повинна знаходити натхнення у Слові Божому. «Журналіст повинен оцінити, як та подія, про яку він розповідає, позначається на взаєминах людини з Богом, яким є місце цієї події в історії спасіння»<sup>537</sup>.

При дослідженні було трудностю знайти друковані джерела, які б відповідали сучасним актуальним питанням ролі Інтернету в пасторальному служінні в Україні. Причиною можемо назвати те, що дана проблематика в Україні тільки останнім часом набуває популярності та глобальної важливості. Друга причина є те, що розвиток нових медій настільки відбувається швидко, що короткий період часу щось сенсаційне може бути вже не актуальне. Ця проблематика має ще більше закликати нас до пильності «бути в темі» шукаючи відповіді на сучасні виклики комунікації.

<sup>534</sup> OPEN CHURCH (продюсер), о. Ростислав Пендюк про МОЛОДЬ | Відкрита Церква. Діалоги, 9 лютого 2017, <<https://www.youtube.com/watch?v=bIKaHDTC-Wc>> (дата звернення 18 жовтня 2018).

<sup>535</sup> В Очі (продюсер), «В очі: Гість - о. Ростислав Пендюк, голова Патріаршої комісії у справах молоді УГКЦ», 22 березня 2017, <<https://www.youtube.com/watch?v=9Cpzb35Cydo>> (дата звернення 20 квітня 2018).

<sup>536</sup> Р. СТОЙКО, «Мережа для Слова», с. 9.

<sup>537</sup> «Інтерв'ю з п. Михайлом Перуном», с. 22.



# СПИСОК ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

## Література

1. *Святе Письмо Старого та Нового Завіту* / перекл. з єврейської, арамейської та грецької І. Хоменка, Київ 1992.
2. VII ВСЕУКРАЇНСЬКА СТУДЕНТСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ «Соціальна комунікація: виклики XXI століття», 26-27 березня 2004 р. / Український Католицький Університет, Інститут релігії і суспільства; упорядкування Лесі Бачинської, Лесі Коваленко, Львів: Інститут релігії і суспільства 2005.
3. *Азбука медиа*, М.: Издательство «Европа» 2011.
4. БАБИНСЬКА С., ЗАВАДСЬКА Ю., КАРАПІНКА М., КУЛИГІНА О. *Церква і медіа: 7 кроків до порозуміння*, Львів: Ездра 2012.
5. БАЛАКЛИЦЬКИЙ М., *Медіатизація протестантизму в Україні 1991-2010 років: монографія* / М. Балаклицький, Х.: Харківське історико-філологічне товариство 2011.
6. БОГОМОЛОВА Н., *Социальная психология массовой коммуникации: Учеб. Пособие для студентов вузов*, М.: Аспект Пресс 2010.
7. БОЙКО А., *Релігія в мас-медіа України: Тексти лекцій*, К. 2009.
8. ВАЙШЕНБЕРГ З., КЛЯЙНШТЙБЕР Г. Й., ПЬОРКСЕН Б., *Журналістика та медіа: Довідник*, Київ: Академія Української Преси, Центр вільної преси 2011.
9. ВИНТЕРХОФФ-ШПУРК П. *Медиапсихология. Основные принципы.* / Пер. С нем., Х.: Изд-во Гуманитарный Центр 2007.
10. ГАВРА Д., *Основы теории коммуникации: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения*, СПб.: Питер. 2011.
11. ДАВИДЮК М., *Як працює путінська пропаганда*, Київ: Смолоскип 2016.
12. ДЖОН ДАРЕМ ПІТЕРС, *Слова на вітрі: Історія ідеї комунікації*, Київ: КМ Академія 2004.

13. *Діялог лікує рани. Блаженніший Святослав Шевчук у розмові з Кишиштофом Томасиком*; пер. пол. Тарас Різун, Львів: Свічадо 2018.
14. *Засоби масової інформації: професійні стандарти, етика та законодавчі норми*: Наук. Вид. / Укл.: Петрів Т., Сафаров А., Сюмар В., Чекмишев О., К.: Нічлава 2006.
15. КАЙКУ М., *Візії як наука змінить XXI сторіччя*, Львів: Літопис 2004.
16. КВІТ С., *Масові комунікації*, Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія» 2008.
17. КОЗИРЯЦЬКА С., *Мережеві християнські видання українського медіапростору: монографія* / С. А. Козиряцька, Запоріжжя: Просвіта 2017.
18. КРАВЧЕНКО А., *Культурология: учебное пособие для вузов*, Москва: Академический Проект 2000.
19. КРИСТІАНС К., ФАКЛЕР М., РІЧАРДСОН К. та ін., *Медіаетика: практичні випадки та моральні міркування* / пер. з англ. Олег Король; наук. Ред. Ніна Зражевська. Львів: Видавництво Українського католицького університету 2014.
20. КУЗНЄЦОВА О. *Журналістська етика та етикет: основи теорії, методики, дослідження трансформації незалежних видань України, регулювання моральних порушень*, Львів: Світ 1998.
21. *Культура віртуального спілкування: методичні поради* / Упр. культури, національностей та релігій Хмельниц. облдержадмін.; ХОУНБ ім. М. Островського, Хмельницький 2014.
22. ЛАВРИШ Ю., *Діалогізм у нових медіях України як засіб соціальних комунікацій: релігійний аспект*. Кандидатська дисертація: Львівський національний університет імені Івана Франка 2016.
23. ЛАВРИШ Ю., *Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації*: Компанія «Імперіал», Львів 2017.
24. МАК-КВЕЙЛ Д., *Теорія масової комунікації* / переклади з англійської Оля Восьна, Галина Сташків, Львів: Літопис 2010.
25. МАК-КИМ Д., *Вестминстерський словарь теологических терминов*: Пер. С. англ., М.: Республика 2004.

26. МАРЬИНА Л., *Журналистика и культура: динамика взаимодействия: учебное пособие*, Львов: ПАИС 2013.
27. НАЗАРОВ М. *Массовая коммуникация и общество: Введение в теорию и исследования*. Изд. 4-е, перераб. И доп., М: Книжный дом «Либроком» 2010.
28. ПАПА ФРАНЦИСК. *Радість Євангелія*, Львів: Свічадо 2014.
29. ПОТЯТИНИК Б., *Інтернет-журналістика: навч. Посіб.* / Борис Володимирович Потятини, Львів: ПАИС 2010.
30. ПОТЯТНИК Б., *Media: ключі до розуміння: Медіакритика*, Львів: ПАИС 2004.
31. ПОЧЕПЦОВ Г., *Сучасні інформаційні війни*, Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія» 2015.
32. СВЯТИТЕЛЬ ВАСИЛИЙ ВЕЛИКИЙ, *Беседы на шестоднев*, Московское Подворье Свято-Троицкой Сергиевой Лавры 1999.
33. СКЛЕНАР І. *Особливості функціонування релігійних інтернет-видань України* / Ігор Скленаар, Ірина Скварко // *Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства / НАН України, ЛННБУ ім.В. Стефаника*, НДІ пресознавства [ред. кол.: М.М.Романюк (відп. ред.) та ін.], Львів 2012. – Вип. 2.
34. СКЛЕНАР І., *Нішеві часописи УГКЦ: місія, структура, жанрово-стильові особливості (За матеріалами журналів «Кана», «Скинія») // І. Скленаар І., Збірник праць Науково-дослідного центру пресознавства Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника*, Львів 2016, <[http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZPNDZP\\_2016\\_6\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZPNDZP_2016_6_21)> (дата звернення 3 жовтня 2018).
35. *Соціальні комунікації та інмутація суспільства: монографія* / за нвук. ред. проф. О.М. Холода; Гончарова А. К., Субота В.М., Шевченко А.С., Шевченко О.О., К.: Київський міжнародний університет, Українська асоціація психолінгвістів 2010.
36. *Сучасна медіакультура: контент, концепції, перспективи (українсько-польський досвід): колективна монографія* / [Й. Лось, С. Гавронський, Т.

- Лильо, М. Уліта та ін.]; за наук. Ред. Проф. Й. Лося, Львів: ЛНУ імені Івана Франка 2012.
37. *Традиції і передумови становлення церковної преси в Україні* // Збірник праць кафедри української преси, Львів: ЛНУ ім. І.Франка 2001.
38. *Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа* / упоряд. і наук. ред. М. Перун, Львів: Видавництво Українського Католицького Університету 2004.
39. ЦИМБАЛЮК І., *Психологія спілкування: навчальний посібник*, Київ: ВД Професіонал 2004.
40. ШТРОМАЙЄР Г., *Політика і мас-медіа* / пер. з нім. Анастасії Орган, Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія» 2008.

### **Періодичні видання**

1. «Гідність дитини в цифровому світі» // *Місіонар* № 11 (листопад 2017).
2. «Голос Доброї Новини» // *Пізнай Правду* 112 (2017).
3. «Наші діти у соціальних мережах» *Місіонар*, №10 (282) (жов. 2016).
4. «Путівник католицькими соцмережами» // *Скинія* 3.VIII – 14 X (2017).
5. СКЛЕНАР І., «Етика і якість спілкування в Інтернеті» // *Місіонар* Ч.3 (2007).
6. СКЛЕНАР І., «Типологія та характеристика сучасної греко-католицької преси України» // *Наукові записки Інституту журналістики: науковий збірник*, К: 2009 (жовтень–грудень).
7. БЛАЖЕННИШИЙ СВЯТОСЛАВ, «Вогонь св. Йосафата» // *Скинія* 3.VIII – 14 X (2017).
8. БОКІЙ Т., «Вийти за межі екрану» // *Пізнай Правду* 112 (2017).
9. ВЛ. РОБЕРТ БАРОН, «Пиха, смирення і соцмережі» // *Скинія* 3.VIII – 14 X (2017).
10. «Інтерв'ю з п. Михайлом Перуном» // *Пізнай Правду* 112 (2017).
11. О. МИКОЛА МИШОВСЬКИЙ, «Соцмережі – шанс чи загроза?» // *Скинія* 3.VIII – 14 X (2017).

12. о. ОЛЕГ КОБЕЛЬ, «Про один з девайсів у священничому житті» // *Пізнай Правду* 112 (2017).
13. о. ЮРІЙ БЛАЖИЄВСЬКИЙ, «Не викидай мушлі» // *Скинія* 3.VIII – 14 X (2017).
14. о. ЮРІЙ БЛАЖИЄВСЬКИЙ, «Скільки життя у віртуальному спілкуванні?» // *Скинія* 3.VIII – 14 X (2017).
15. о. ЮРІЙ БЛАЖИЄВСЬКИЙ, «Церква як соцмережа» // *Скинія* 3.VIII – 14 X (2017).
16. СКЛЕНАР І. «Сучасна церковна преса в Україні: проблематика та зміст» // *Вісник Львівського університету: серія журналістика* 23, Львів (2003).
17. СКЛЕНАР І., «Специфіка новин в релігійних інтернет-виданнях» // *Український інформаційний простір: науковий журнал* Ч.2, Київ (2014).
18. СТОЙКО Р., «Мережа для Слова» // *Пізнай Правду* 112 (2017).
19. ШИДЛОВСЬКИЙ І. «Добро справді варте уваги» // *Пізнай Правду* 112 (2017).

### **Інтернет-джерела**

1. «Біблія для діточок. Мобільний додаток» // сайт: *УГКЦ в Кривому Розі*, 28 липня 2017, <<http://svtr.org.ua/біблія-для-діточок-мобільний-додаток>> (дата звернення 20 травня 2018).
2. «В інтернет-мережі поширюють фейкові новини з нібито коментарем екс-глави УГКЦ щодо електронного декларування» // сайт: *Релігія в Україні*, 8 листопада 2016, <[https://www.religion.in.ua/news/ukrainian\\_news/34649-v-internet-merezhi-poshiryuyut-fejkovi-novini-z-nibito-komentarem-eks-glavi-ugkc-shhodo-elektronного-deklaruvannya.html](https://www.religion.in.ua/news/ukrainian_news/34649-v-internet-merezhi-poshiryuyut-fejkovi-novini-z-nibito-komentarem-eks-glavi-ugkc-shhodo-elektronного-deklaruvannya.html)> (дата звернення 20 квітня 2018).
3. «Высокие технологии телекоммуникации, развлечения и СМИ. Прогноз развития отраслей в 2015 году» // сайт: *Deloitte*, <<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ua/Documents/technology-media-telecommunications/TMT-Predictions-2016-rus.pdf>> (дата звернення 16 квітня 2018).

4. «Гендер – тоталітарна ідеологія» // сайт: *Католицький Оглядач*, 15 липня 2013, <<http://catholicnews.org.ua/gender-totalitarna-ideologiya>> (дата звернення 10 березня 2018 р).
5. «Динаміка користування Інтернет в Україні» // сайт: *Київський міжнародний інститут соціології*, 6 червня 2017, <<https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=705&page=1&t=5>> (дата звернення 23 квітня 2017).
6. «Діти роблять те, що бачать: вплив сучасних ЗМІ на дітей та підлітків» // сайт: *Credo*, 17 березня 2010, <<http://www.credo-ua.org/2010/03/17829>> (дата звернення 4 лютого 2017).
7. «Духовна велич Львова» запрошує на «Школу релігійного фрілансу» // сайт: *Львівська Міська Рада*, 16 липня 2018, <<https://city-adm.lviv.ua/news/society/religion/253763-dukhovna-velych-lvova-zaproshuie-na-shkolu-relihiinoho-frilansu>> (дата звернення 20 вересня 2018).
8. «Екранне насильство: вплив мас-медіа (частина друга)» // сайт: *Медіакритика*, 2 грудня 2008, <<http://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/ekranne-nasylstvo-vplyv-mas-media-chastyna-druha.html>> (дата звернення 5 лютого 2018).
9. «Канони партикулярного права Української Греко-Католицької Церкви» // сайт: *Українська Греко-Католицька Церква*, 4 квітня 2018, <[http://ugcc.ua/documents/kanoni\\_partikulyarnogo\\_prava\\_ugkts\\_82426.html](http://ugcc.ua/documents/kanoni_partikulyarnogo_prava_ugkts_82426.html)> (дата звернення 15 листопада 2018).
10. «Катехизм в аудіоформаті став доступний онлайн» // сайт: *ДивенСвіт*, 4 жовтня 2018, <<https://dyvensvit.org/novyny/1016869>> (дата звернення 5 жовтня 2018).
11. «Любов'ю служіть один одному: посібник для організації соціального служіння у парафіях» // сайт: *Карітас України*, <[https://caritas-ua.org/wp-content/uploads/2017/11/SERVICE\\_LOVE\\_EACH\\_OTHER.pdf](https://caritas-ua.org/wp-content/uploads/2017/11/SERVICE_LOVE_EACH_OTHER.pdf).> (дата звернення 7 березня 2018).
12. «Міжкультурний аспект засобів масової комунікації» // сайт: *Комісія у справах мирян УГКЦ*, 22 лютого 2011, <<http://www.laityugcc.org.ua/mirjani->

- v-suspilstvi/articles/mizhkulturnij-aspekt-zasobiv-masovoji-komunikaciji.html>  
(дата звернення 20 листопада 2017).
13. «Новий підхід до молитви: Мобільний додаток ДивенСвіт – Календар УГКЦ» // сайт: *Ukrainian Catholic Church Australia, New Zealand and Oceania*, 14 серпня 2018, <[https://catholicukes.org.au/uk/dyven\\_svit\\_calendar](https://catholicukes.org.au/uk/dyven_svit_calendar)> (дата звернення 30 вересня 2018).
14. «Папа про "нечувані можливості інтернет-євангелізації"» // сайт: *Credo*, 2 березня 2011, <<http://www.credo-ua.org/2011/03/41542>> (дата звернення 20 вересня 2017).
15. «Святой Франциск Сальский, епископ» // сайт: *KATOLIK.ru*, 24 січня 2008, <<http://www.katolik.ru/mir/1016-archive/103344-st28204.html>> (дата звернення 4 лютого 2018).
16. «У боротьбі за національне визволення: УГКЦ в Українських медіях» // сайт: *RISU*, 20 червня 2012 <[https://risu.org.ua/page.php?\\_lang=ua&path=monitoring/&name=society\\_digest&id=48517&alias=&](https://risu.org.ua/page.php?_lang=ua&path=monitoring/&name=society_digest&id=48517&alias=&)> (дата звернення 1 червня 2018).
17. «Цитати з Біблії» // сайт: *Життя – Христос*, 3 березня 2011 <<http://live-christ.com/ua/prohramy/ukrajinski-tserkovni-kalendar>> (дата звернення 4 лютого 2018).
18. «Do Violent Video Games Contribute to Youth Violence?» // сайт: *ProCorn.org*, <<http://videogames.procon.org>> (дата звернення 5 жовтня 2017 р.)
19. KOOIJMANS T., «Effects of Video Games on Aggressive Thoughts and Behaviors During Development» // сайт: *Great Ideas in Personality*, грудень 2004, <<http://www.personalityresearch.org/papers/kooijmans.html>> (дата звернення 2018 р.)
20. MUNGER DAVE, «Violent video games and desensitization» // сайт: *ScienceBlogs*, 24 квітня 2008, <<http://scienceblogs.com/cognitivedaily/2008/04/24/violent-video-games-and-desens>> (дата звернення 5 лютого 2018 р.).

21. OPEN CHURCH (продюсер), «Церква в об'єктиві медіа | Відкрита Церква. Діалоги», 2 листопада 2017, <<https://www.youtube.com/watch?v=INBtOeZah8g&t=1821s>> (дата звернення 20 березня 2018).
22. Open Church (продюсер), о. Ростислав Пендюк про МОЛОДЬ | Відкрита Церква. Діалоги, 9 лютого 2017, <<https://www.youtube.com/watch?v=blKaHDTC-Wc>> (дата звернення 18 жовтня 2018).
23. PONTIFICAL COUNCIL FOR SOCIAL COMMUNICATIONS, «Ethics in Internet» // сайт: *Vatican* <[http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_20020228\\_ethics-internet\\_en.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_en.html)> (дата звернення 12 вересня 2017).
24. PONTIFICAL COUNCIL FOR SOCIAL COMMUNICATIONS, «The Church and Internet» // сайт: *Vatican*, <[http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_20020228\\_church-internet\\_en.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_en.html)> (дата звернення 10 вересня 2017).
25. TEDx TALKS (продюсер), «Симбіоз духовності та технологій у сучасному житті | о. Ростислав Пендюк | TEDxUCU», 17 жовтня 2017, <<https://www.youtube.com/watch?v=IRAWWA2U2ao>> (дата звернення 10 жовтня 2018).
26. БАЛАКЛИЦЬКИЙ М., «Новаторський підручник про «мінне поле» релігійної журналістики» // сайт: *Релігія в Україні*, 19 червня 2017, <[https://www.religion.in.ua/zmi/ukrainian\\_zmi/36769-novatorskij-pidruchnik-pro-minne-pole-religijnoyi-zhurnalistiki.html](https://www.religion.in.ua/zmi/ukrainian_zmi/36769-novatorskij-pidruchnik-pro-minne-pole-religijnoyi-zhurnalistiki.html)> (дата звернення 17 вересня 2018).
27. БЕРЕСТ Р., *Словник комп'ютерного сленгу: проблеми укладання та редакційної підготовки* <



- 2018/roboty\_peremozhciv/molod-kontent.pdf> (дата звернення 20 листопада 2018).
28. БРИНДАК І., «Покровитель інтернету» // сайт: *Дрогобицька Духовна Семінарія святих священномучеників Северина, Віталія та Якіма*, <<http://dds.edu.ua/en/publications/publications/miscellaneous/1384-pokrpytel-internetu-2015.html>> (дата звернення 22 лютого 2017).
29. В ОЧІ (продюсер), «В очі: Гість - о. Ростислав Пендюк, голова Патріаршої комісії у справах молоді УГКЦ», 22 березня 2017, <<https://www.youtube.com/watch?v=9Cpzb35Cydo>> (дата звернення 20 квітня 2018).
30. ВОЙТКО О., «"Суспільство зрозуміло, що Церква – це жива структура!" – релігійний журналіст Юліана Лавриш» // сайт: *Інформаційний ресурс Української Греко-Католицької Церкви*, 21 лютого 2018 <[http://news.ugcc.ua/interview/suspilstvo\\_zrozumilo\\_shcho\\_tserkva\\_\\_tse\\_zhiva\\_struktura\\_\\_religiyniy\\_zhurnalist\\_yuliana\\_lavrish\\_81977.html](http://news.ugcc.ua/interview/suspilstvo_zrozumilo_shcho_tserkva__tse_zhiva_struktura__religiyniy_zhurnalist_yuliana_lavrish_81977.html)> (дата звернення 4 травня 2018).
31. ГЕРМАНЮК В. (продюсер), «Молитва в
32. "Instagram". Новини каналу Україна за 27.02.2018», 26 лютого 2018, <[https://www.youtube.com/watch?v=tyFj\\_TPaItQ](https://www.youtube.com/watch?v=tyFj_TPaItQ)> (дата звернення 28 вересня 2018).
33. ДИВЕНСВІТ (продюсер) «Інша проповідь, м. Дубно», 22 вересня 2017, <<https://www.youtube.com/watch?v=y98acqd0xPE>> (дата звернення 10 жовтня 2018).
34. ЖДАНОВ С., «Цифровая гигиена: как пользоваться соцсетями, не давая им использовать вас» // сайт: *НОЖ*, 9 листопада 2017 <<https://knife.media/digital-hygiene/?fbclid=IwAR28L->> (дата звернення 30 жовтня 2018)
35. ІНЕТРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ «ТВОЄ МІСТО» (продюсер), *Мудрість перебування в світовій павутині. Форум «Богосвячене життя в добу цифрової культури»*, 22 вересня 2018,

- <<https://www.youtube.com/watch?v=1tjMbecAVFQ&t=23s>> (дата звернення 27 вересня 2018).
36. *Інтерактивна карта Української Греко-Католицької Церкви*, <<http://map.ugcc.ua>> (дата звернення 27 жовтня 2017).
37. ІНТЕРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ «ТВОЄ МІСТО», «Богосвячене життя у добу цифрової культури», 26 вересня 2018, <<https://www.youtube.com/watch?v=H-I76tRwFYc&t=150s>> (дата звернення 26.09.2018).
38. *Катехизм «Христос – наша Пасха». Електронна версія* // сайт: *Патріарша катехетична комісія Української Греко-Католицької Церкви*, 18 лютого 2013, <<http://psc.ugcc.org.ua/?p=161>> (дата звернення 5 жовтня 2018).
39. КРОКОШ М., «Німа Церква» // сайт: *Оранта*, 20 травня 2009, <[http://oranta.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=328:zmi-i-ugkc&catid=27:gk-v-ukrajini-cat&Itemid=57](http://oranta.org/index.php?option=com_content&view=article&id=328:zmi-i-ugkc&catid=27:gk-v-ukrajini-cat&Itemid=57)> (дата звернення 20 жовтня 2017).
40. *Круглий стіл «Церква і медіа: чи є шанс на взаємодію?»* // сайт: *Credo*, 28 вересня 2018, <<http://credo.pro/2018/09/220395>> (дата звернення 30 вересня 2018).
41. КУДРІН О., «Блаженніший Святослав: Чому свято Різдва таке важливе для християн» // сайт: *УКРІНФОРМ*, 5 січня 2017, <<https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2377143-blazennisij-svatoslav-comu-svato-rizdva-take-vazlive-dla-hristian.html>> (дата звернення 10 січня 2017).
42. ЛИСИЦІН А., «Волонтери перемогли Яндекс», «ВКонтакте» та «Однокласники». Готувалися до затяжної війни, а вийшов блицкриг (інфографіка)» // сайт: *Inform Napalm*, 27 травня 2017, <<https://informnapalm.org/ua/yandeks-vkontakte-ta-odnoklasnyky-blitskryg>> (дата звернення 30 травня 2017).
43. ЛЬВІВСЬКА ДУХОВНА СЕМІНАРІЯ СВЯТОГО ДУХА (продюсер), «IceBucketChallenge», 5 вересня 2014,

- <<https://www.youtube.com/watch?v=bW62kpT4u7I>> (дата звернення 17 жовтня 2017).
44. ЛЬВІВСЬКА ДУХОВНА СЕМІНАРІЯ СВЯТОГО ДУХА УГКЦ (продюсер) «Інтерв'ю з керівником Прес-служби Львівської Архиепархії УГКЦ» о. Павлом Дроздяком», 16 травня 2018, <<https://www.youtube.com/watch?v=NDPs6rHO4Gw&t=340s.>> (дата звернення 28 вересня 2018).
45. *Навчальна програма «Комунікації для релігійних організацій» відкривається при інституті релігійних наук св. Томи Аквінського* // сайт: *Католицький Медіа-Центр Конференції римсько-католицьких єпископів в Україні*, 1 жовтня 2018, <<http://kmc.media/2018/10/01/navchalna-programa-komunikaciyi-dlya-religiynykh-organizaciy-vidkryvayetsya-pry-instituty-religiynykh-nauk-sv-tomy-akvinskogo.html>> (дата звернення 7 жовтня 2018).
46. ПАПА ФРАНЦИСК, *Послання папи Франциска на 48-ий Всесвітній день суспільних комунікацій «Комунікація на служінні справжній культурі зустрічі»* // сайт: *RISU*, 18 лютого 2014, <https://risu.org.ua/ua/index/projects/masmedia/55363> (дата звернення 21 березня 2017).
47. РЕДАКЦІЙНА КОМІСІЯ СИНОДУ ЄПІСКОПІВ УГКЦ, «Синод закликав охороняти скарб» // сайт: *Українська Греко-Католицька Церква св. Миколая Чудотворця на Аскольдовій могилі*, <<http://askoldovamohyla.org/uk/item,1430>> (дата звернення 30 квітня 2017).
48. *Резолюції VI сесії Патріаршого Собору УГКЦ «Жива парафія – місце зустрічі з живим Христом»* // сайт: *Українська Греко-Католицька Церква*, 8 вересня 2015, <[http://news.ugcc.ua/documents/rezolyutsii\\_vi\\_sesii\\_patriarshogo\\_soboru\\_ugkt\\_s\\_zhiva\\_parafiya\\_\\_mistse\\_zustrichi\\_z\\_zhivim\\_hristom\\_74724.html](http://news.ugcc.ua/documents/rezolyutsii_vi_sesii_patriarshogo_soboru_ugkt_s_zhiva_parafiya__mistse_zustrichi_z_zhivim_hristom_74724.html)> (дата звернення 3 листопада 2018).
49. РИБАК М., *Блогерка Юлія Сливка: «Я молюся, ходжу до храму і пишу про це у Інстаграмі»* // сайт: *Духовна Велич Львова*,

- <<http://velychlviv.com/bloggerka-yuliya-slyvka-ya-molyusya-hodzhu-dohramu-i-pyshu-pro-tse-u-instagrami>> (дата звернення 20 вересня 2018).
50. САВОСТЕЙКО Ю., «Екранне насильство: еволюція, вплив на глядача (Студентське дослідження)» // сайт: *Медіакритика*, 16 жовтня 2009 <<http://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/ekranne-nasylstvo-evolyutsiya-vplyv-na-hlyadacha-studentske-doslidzhennya.html>> (дата звернення 5 лютого 2018 р).
51. СКУЛЬПА Ф., «Церква та преса: тонкощі євангелізації» // сайт: *RISU*, 22 грудня 2010 < <https://risu.org.ua/ua/index/projects/masmedia/39759>> (дата звернення 2 червня 2017).
52. «Словник» // сайт: *Медіадрайвер* <<http://mediadriver.online/dictionary>> (дата звернення: 12 листопада 2018)
53. СПІЛЬНОТИ УГКЦ (продюсер), «Довідник спільнот УГКЦ – анонс та опитування», 29 жовтня 2018, <[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=93&v=C7zhuMw9bgU](https://www.youtube.com/watch?time_continue=93&v=C7zhuMw9bgU)> (дата звернення 29 жовтня 2018).
54. ТРАЧУК Т., «Чи Facebook підслуховує вашу сповідь?» // сайт: *Київська Архієпархія Української Греко-Католицької Церкви*, 25 жовтня 2016 <<http://ugcc.kiev.ua/blog/chy-facebook-pidsluhovuje-vashu-spovid/>> (дата звернення 26 квітня 2018).
55. ТРАЧУК Т., «Чи є місце для Бога в Інстаграмі» // сайт: *ДивенСвіт*, 19 березня 2018 <<https://dyvensvit.org/statti/rozmovy/1013398>> (дата звернення 29 квітня 2018).
56. У Львові триває форум для монашества «Богосвячене життя в добу цифрової культури» // сайт: *Інформаційний ресурс Української Греко-Католицької Церкви*, 26 вересня 2018, <[http://news.ugcc.ua/news/u\\_lvovi\\_trivaie\\_forum\\_dlya\\_monashestva\\_bogoposvyachene\\_zhittya\\_v\\_dobu\\_tsifrovoi\\_kulturi\\_83958.html](http://news.ugcc.ua/news/u_lvovi_trivaie_forum_dlya_monashestva_bogoposvyachene_zhittya_v_dobu_tsifrovoi_kulturi_83958.html)> (дата звернення 2 жовтня 2018).
57. У Франківську відбувся II медіа-форум «Церква і журналістика» // сайт: *Офіційний медіаресурс Івано-Франківської Архієпархії Української Греко-*

- 
- Католицької Церкви*, 27 лютого 2017,  
<<http://ugcc.if.ua/index.php/uk/holovna/591-viina-tse-ne-parad-a-trahediia-neshchastia-bil-vladyka-bohdan-dziurakh-pro-den-peremohy>> (дата звернення 29 січня 2018).
58. УОРД МАРК., «Порнографія в інтернеті: скільки її на самому ділі?» // сайт: *BBC*, 1 липня 2013.  
<[http://www.bbc.com/russian/society/2013/07/130701\\_web\\_pornography](http://www.bbc.com/russian/society/2013/07/130701_web_pornography)>  
(дата звернення 12 червня 2018).
59. ЯРЕМЧУК О., «Стратап, сестро» // сайт *The Ukrainians*, 17 червня 2018  
<<https://theukrainians.org/startup-sestro>> (дата звернення 20 вересня 2018).

# ДОДАТКИ

## Додаток №1

### Наслідки санкцій проти російських соцмереж та інших ресурсів<sup>538</sup>

INFORMNAPALM.ORG

### НАСЛІДКИ САНКЦІЙ ПРОТИ РОСІЙСЬКИХ СОЦМЕРЕЖ ТА ІНШИХ РЕСУРСІВ

**ХТО?**

РАДА НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ І ОБОРОНИ УКРАЇНИ (РНБО) **ПОДАЛА** **ПІДПИСАВ** ПРЕЗИДЕНТ УКРАЇНИ ПОРОШЕНКО П. О.

**КОГО І ЗА ЩО?**

Яндекс | VK | Odnoklassniki | mail.ru group | ABBYY | ФІРМА "1С"

збір інформації про громадян України і можливість передавати її в ФСБ

- співпраця з Кремлем і маніпулювання інформацією
- непрозоре управління рейтингом груп і спільнот
- загроза кібербезпеці
- непрозоре управління викладом новин
- проросійські ботоферми і накрутки
- можливість цензури проукраїнських груп

**ЩО ТЕПЕР БУДЕ?**

**ФІРМА "1С"** продовжить роботу. "Скайлайн Софтвєр" і далі надаватиме послуги й оновлення, зміняться тільки посередники. Посилиться конкуренція 1С з боку аналогів

**VK | Odnoklassniki** доступ до соцмереж буде ускладнено: можна буде заходити тільки через проксі. Незабаром "ВКонтакте" будуть користуватися тільки українці, які заробляють на російському ринку. Всі інші переведуть акаунти на Facebook

**mail.ru group** Мейл.Ру, зокрема, Ігри: доступ буде ускладнений

**Яндекс** закритється офіс в Україні; закритється Яндекс.Таксі; Яндекс.Дірект втратить частину прибутків від України; припиниться розвиток офлайн-сервісів в Україні. Навігатором і Карти можна буде користуватися, але з труднощами. Низка сервісів буде доступна в Україні тільки через проксі.

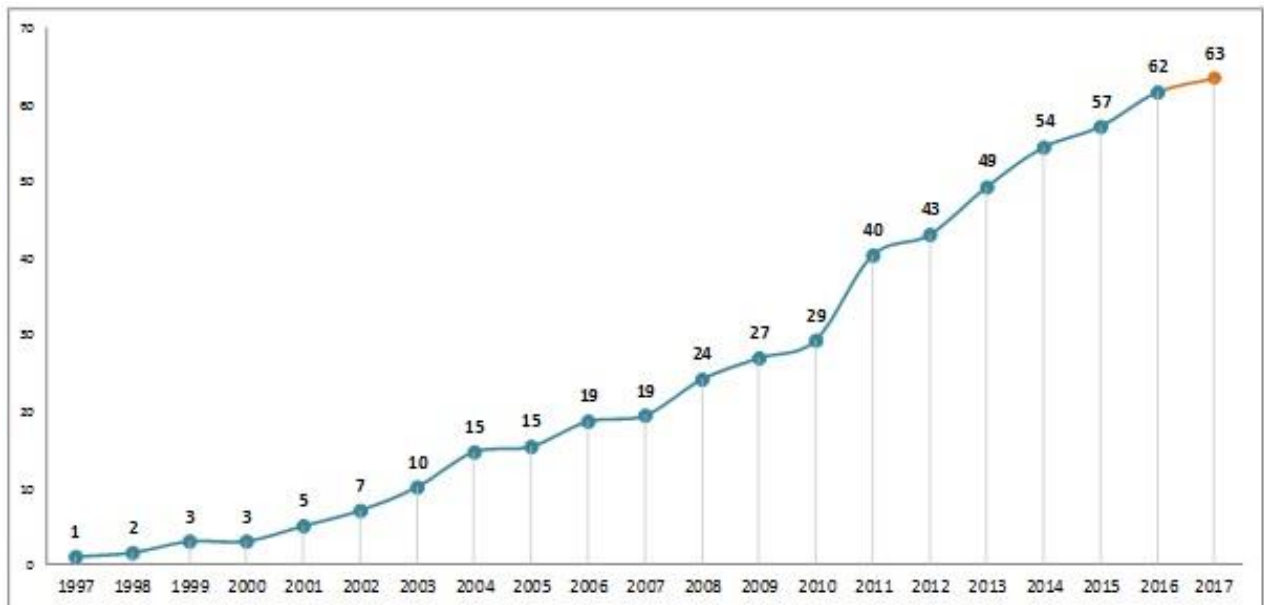
Чи буде відповідальність за порушення заборон? Ні. Санкції застосовують щодо юридичних осіб. Відповідати за виконання будуть тільки провайдери та інші українські юрособи. Інформацію, розміщену в соцмережах, поширювати не заборонено.

Це назавжди? Строк застосування санкцій щодо всіх компаній у цьому списку - 3 роки

INFORMNAPALM.ORG

<sup>538</sup> А. Лисицин, «Волонтери перемогли Яндекс», «ВКонтакте» та «Однокласники». Готувалися до затяжної війни, а вийшов бліцкриг (інфографіка) // сайт: *Inform Napalm*, 27 травня 2017, <<https://informnapalm.org/ua/yandeks-vkontakte-ta-odnoklasnyku-blitskryg>> (дата звернення 30 травня 2017).

## Додаток № 2

Динаміка користування Інтернетом в Україні впродовж 1997 – 2017 рр.<sup>539</sup>

## Додаток № 3

## Інтерв'ю з о. Тихоном Кульбакою

м. Львів, фестиваль «Вітер Надії», Інтелектуальний майданчик «True stories: про життя "Instagram"»

16 вересня 2018 р.

Інтерв'юер – Роман Стойко

Оповідач – о. Тихон Кульбака, психолог, засновник і керівник Духовно-психологічної поради, голова правління Спільноти біженців Сходу України, голова Комісії сприяння християнській єдності Донецького Екзархату УГКЦ, блогер, інтернет-капелан.

Інтерв'юер – Слава Ісусу Христу!

Оповідач – Слава навіки!

Р. С.

<sup>539</sup> «Динаміка користування Інтернет в Україні» // сайт: Київський міжнародний інститут соціології, 6 червня 2017, <<https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=705&page=1&t=5>> (дата звернення 23 квітня 2017).

**Дорогий Отче, маю питання до Вас стосовно особливостей пасторального служіння в Інтернеті: проповідництва, євангелізації тощо. Хотілось би почути Ваші думки щодо цього: що небезпечно робити, а що вартує? Можливо, Ви маєте особисті заклики в сторону духовенства? Дякую.**

о. Т. К.

Братику, дорогий, ну як психолог все ж таки скажу: завжди «скидати маску»... Для себе особисто, гадаю, у парафіяльному служінні та Інтернет-служінні священика – важливо бути щирим. Я не є білий і пухнастий на 100%. Є люди, які знають мене таким в парафіяльному житті, і я намагаюся в віртуальному просторі бути щирим, тому не білим і не пухнастим. Можливо, ця не білість і не пухнастість і є цією родзинкою, яка до мене повертає увагу інших людей.

Не хочу бути білим і пухнастим, хочу бути самим собою. Хочу бути щирим перед Богом, хочу бути щирим перед своїм сумлінням, я хочу бути щирим перед вами. Тому я розумію, що хтось зараз може встати і піти, і це його право, і я з повагою до цього ставлюсь. Так само в Інтернет-діяльності. Абсолютно важливим є вибір іншої людини. Не нав'язую, але хочу бути таким як є.

#### *Додаток № 4*

### **Інтерв'ю з Тарасом Прокопишином, Оксаною Височанською та Іриною Процик**

м. Львів, площа Ринок

м. Львів, фестиваль «Вітер Надії», Інтелектуальний майданчик «Медіа-гігієна: як не стати заручником інформації»

16 вересня 2018 р.

Інтерв'юер – Роман Стойко

Оповідачі – Тарас Прокопишин, керівник онлайн-журналу «The Ukrainians» (theukrainians.org); Оксана Височанська, філолог польської мови, українська



журналістка та телеведуча; Ірина Процик, журналіст, керівник відділу інформації західноукраїнської радіомережі «FM Галичина», автор та ведуча телевізійних програм, кореспондент, редактор новин.

Р. С.

**На скільки має бути обізнаний, вишколений той, хто хоче займатися проповідництвом в Інтернеті (наприклад, священник чи семінарист), щоб це було якісно і гідно?**

Т. П.

Є питання цільової аудиторії. Будь-який проект має свою ціль, завдання, цільову аудиторію тощо. В нашій діяльності варто сприймати таким чином, тому що легше робити роботу. Коли ми говоримо про проповідування священника в Інтернеті, то спочатку треба думати про цільову аудиторію. Важливо розуміти, з ким людина хоче комунікувати. І якщо ми говоримо про «Facebook», то важливо зрозуміти, чи є ця цільова аудиторія тут. Можна робити багато контенту для «Facebook», але якщо там немає професійної цільової аудиторії, то тоді це немає сенсу.

З кожним роком кількість інформації збільшується. Робити можна будь-як. Технології створили такі можливості, що тобі треба тільки в «Facebook» безкоштовно зареєструватися і можна створювати в себе медіа на сторінці. Важливо те, чи ти в цьому потоці інформації зі своїм не дуже якісним контентом зможеш конкурувати з іншими. Людина завжди обирає стосовно своїх вподобань. Тому важливо намагатися робити максимально якісно, щоб досягти цілі. Важливо розуміти формат медіа. Приклад – «Стартап, сестро».

О.В.

Питання аудиторії. В Україні зараз розвивається медіа маленьких громад. І це не обов'язково йдеться про громаду територіальну. Це можуть бути громади за інтересами – професійними чи позаробочими. Ці медіа можуть працювати не тільки на телебаченні. Кожна громада може мати свою програму на телебаченні.

Зараз маємо прекрасний майданчик – «Facebook», різні соціальні мережі, які дозволяють розповсюджувати інформацію. Так само і з Євангелізацією. Я знаю кілька успішних прикладів у «Facebook», які діють: це от, власне, дискусії на релігійні теми, дуже цікаві. Спосіб є, але треба знайти свій шлях, де вам буде цікаво, комфортно, і де ви зможете застосувати свої знання.

Важливо також бути експертом в тій галузі, про що розповідаєте. Бо якщо аудиторія буде давати запитання, на які ви не знайдете відповіді, і не знайдеться в групі, в медіа того, хто дасть відповідь, то ваша аудиторія піде шукати далі.

I. П.

Я підтримую, що має бути розуміння своєї аудиторії. Звичайно, не опускається до рівня «нижче вже нікуди», але ви теж не повинні «задавлювати» її своїм інтелектом і показувати, який я розумний, модний і т. д. Чітко розуміти, що ви хочете донести. При спілкуванні з добре обізнаними теологами має бути один рівень подачі інформації, і зовсім інший, коли ви намагаєтеся залучити до Церкви 20-ти річних людей. Має бути розуміння мети, для чого ми це робимо, відповідна тема, відкритість, можливість отримати інформацію.

### *Додаток № 5*

#### **Інтерв'ю з п. Юліаною Лавриш**

м. Львів, площа Ринок

18 вересня 2018 р.

Інтерв'юер – Роман Стойко

Оповідач – Юліана Лавриш, доцент факультету журналістики ЛНУ ім. Івана Франка кафедри нових медій, кандидат наук соціальних комунікації, журналіст сайту «Духовна велич Львова», автор книги «Церква у нових медіях України: проблеми і пріоритети комунікації».

Інтерв'юер – Слава Ісусу Христу! Чи даєте згоду на використання інтерв'ю?

Оповідач – Слава навіки! Так.

Р. С.

**Наскільки людина має бути вишколена у справах медіа, щоб займатися пасторальним служінням? Якими принципами вона має керуватися?**

Ю.Л.

Насправді я думаю, що людина, яка хоче поширювати якісь свої думки в Інтернеті, тобто, як ви кажете, – займатися пасторальним служінням, вона повинна насамперед розуміти специфіку того, де вона пише, того простору. Варто розуміти філософію самих соціальних мереж, якщо взяти виключно соціальні мережі, чи блогів також...

Р. С.

**...Також блоги.**

Ю.Л.

Так, це можуть бути різні канали, в тому числі і соціальні мережі також, вони мають багато своїх викликів. Власне, десь і в праці, яку я писала, і в кількох журналістських публікаціях.

Я наголошувала на тому, що священики, миряни, чи ті, хто хочуть проповідувати Слово Боже, мають входити в соціальні мережі, тому що було дуже багато дискусій, в мене зокрема, з деякими протестантськими пасторами, лідерами, які казали, що соціальні мережі це зло, спеціально туди не можна заходити, що вони там витрачають свій час і т. д. Варто зазначити, що соціальні мережі (якщо суто соціальні мережі) як палиця з двома кінцями, тобто з одного боку є справді багато хорошого, власне, те, про що я говорила цьому пастору, треба використовувати всі позитивні інструментарії. Перш за все, це те що, священик має змогу бути більш відкритим до своєї пастви. Особисто мені напевно найпростіше говорити зі священиком.

Чому священик має вести акаунт в «Facebook», інші соціальні мережі? Для того, щоби показати, що він є частиною спільноти. Дуже часто людина, яка приходить до церкви, має певний стереотип – є амвон, і є святилище, і там є Бог...

І я бачила чимало таких спільнот, де люди ставляться до священика як до Бога. Але насправді вони вважають його звичайною людиною і це їх дещо відділяє.

В сучасному суспільстві, зокрема в тій епосі, в якій ми живемо, яка є епохою цифрового суспільства, недостатньо проповіді з амвона, як би не хотіли цього дуже традиційні консервативні священики. Тому що людина приходить в храм, маючи дуже багато запитань. Проповідь немає всіх відповідей. Часто важливо, щоб людина, яка більше користується гаджетами, могла знайти свої відповіді в Інтернеті. Тому завдяки акаунту в «Facebook» священик може бути своєрідною духовною онлайн пораднею.

Часто буває так (я зустрічалася з такими людьми), які не можуть прийти у храм. В них є такий собі своєрідний блок. Вони не можуть приступити до Сповіді, на духовну розмову. Їм важко поставити питання священику «в обличчя». Були випадки, коли люди заходили в «Facebook», писали приватні повідомлення священику, і коли бачили, що він відкритий до спілкування, – потім приходили до церкви. «Facebook» знімав певний емоційний блок.

По-третє, завдяки соціальним мережам священик буде наближений до своїх людей, до своєї пастви. Священики інколи кажуть: «Я не реєструюся в «Facebook», бо не маю часу, я займаюся адміністративною роботою, вирішую проблеми парафії». А я кажу: «Дарма. Бо якби ви написали пост, що потребуєте допомоги у вирішенні певних завдань, то люди би зголосилися і допомогли. А так ви ніби стараєтеся для своєї спільноти, але все тягнете самі. Ваша спільнота не розбудовується, не функціонує нормально».

Я дуже рада за тих священиків, які стараються коментувати в «Facebook» свою точку зору, навіть якщо це може бути суто їхня суб'єктивна думка. Але це цікаво людям! Вони бачать, що священик є реальною особою з нормальними життєвими потребами. Наші люди, на жаль, не хочуть сприймати священика як просту людину, яка може помилитися. Тому соціальні мережі руйнують стереотипи і наближають.

Вони є відображенням віртуальної реальності. Це треба розуміти. Ми існуємо у двох паралельних світах: реальному і віртуальному. В соціальних мережах ми собі часто створюємо свою дійсність, ті образи, які бажаємо.

Створюємо своє оточення, тих, хто нам до душі. А блокуємо тих, хто нам не дуже до вподоби, «кидаємо» в чорний список. Тому священник потрібен там! Він може побачити проблему людини, наприклад, прояви нарцисизму, підміни образу, оскільки може знати цю людину в реальному житті. Священник може знайти ключ до вирішення проблеми. Через тексти можна побачити те, що людину турбує.

Важливо говорити також про проникнення Церкви в онлайн простір. На одній із конференцій, яка проходила в університеті в Баварії, мені поставили питання, чи може бути сповідь через скайп. Отож, Церква має бути онлайн, бо є багато людей, яких сильно поглинула віртуальна реальність. Тому Церква там може надати їм допомогу. Є люди, які через хворобу не можуть бути присутні у Церкві, тому вмикають онлайн трансляції Служби Божої.

Радіо «Ватикан» одне з тих, хто свого часу добре турбувався про онлайн трансляції українською мовою, однак це було не тільки для людей з діаспори, а й для тих, хто через певні поважні причини не міг прийти у храм.

Коли я була у Польщі, я була вражена функціонуванням радіостанції, офіційної сторінки в одному відпустовому місці – Ченстохові. Якщо є попит, значить, є пропозиція. Я вдячна тим конфесіям, в т.ч. і греко-католицькій, які розробляють різні мобільні додатки, церковні календарі. Ніби невеличка дрібниця, але вона потрібна для духовного життя людини.

Важливо користуватися всіма благами соціальних мереж. З т.з. журналістики, то це безкоштовна реклама, оскільки можна без зайвих затрат пропіарити певний захід. За допомогою своєї сторінки ви можете безкоштовно поширювати різну інформацію.

Знаю священників, які служать на Сході України. За допомогою своїх аккаунтів вони можуть легко комунікувати зі своєю навіть невеликою спільнотою. Десь подібно і священники в діаспорі.

Однак, не варто забувати і про загрози соціальних мереж: втрата часу, узалежнення (що є гріхом).

## **Ваші коментарі стосовно розвитку сайтів УГКЦ впродовж останніх десяти років**

Ю. Л.

Епоха соціальних медіа почала розвиватися значно раніше, десь з кінця 90-х. Якщо говорити про створення офіційного ресурсу медіа УГКЦ, то я не можу сказати точно, можливо ви краще пам'ятаєте. Справжнє функціонування механізму почалося з виникненням «Живого Телебачення», приблизно 2011-2012 роки. Це був новий виток. Сам ресурс новин УГКЦ був трохи скучний. Зміна інтерфейсу, іміджу, біжучі рядки і саме «Живе ТБ» трошки розбавило.

Я слідкувала за виникненням цього телебачення, за їх першими програмами, було дуже цікаво. Помітним був запозичений досвід Заходу, де також були трансляції богослужінь. Після цього почали в храмах встановлювати камери і проводити трансляції і інші парафії. Я досліджувала кількість переглядів, їх було багато, і це були також перегляди і з інших країн світу. Фактично, можна сказати, це збрало вірних всього світу.

Єдине, «Живе ТБ» добре стартувало, проте в подальшому трішки подалося. Але поміж тим почали розвиватися інші цікаві проекти. Мені дуже сподобалися програми з о. Василем Рудейком, Владикою Венедиктом, Максимом Тимо.

Потім я ще спостерігала за творенням «ДивенСвіту». Спочатку це був доволі «сірий» сайт. Але, я так розумію, згодом прийшла нова команда. Вони дуже класно почали наповнювати сайт, змінювати інтерфейс (що дуже важливо, адже дизайн привертає увагу нашого реципієнта), обирати правильну кольористику сайту, рубрикацію, шрифти. Це дуже важливо для написання текстів в Інтернеті – цікаві теми, які би хвилювали молодих людей. Команда «ДивенСвіту» фантастично займається ресурсом цього сайту.

Ще один важливий ресурс, але для людей здебільш старшого віку, – Католицький Оглядач. Характеризується класним моніторингом католицьких новин у світі, містить немало провокативних тем-статей, авторське забарвлення

сайту. Вони перші фактично робили щодень короткі духовні розважання з Владикою Венедиктом.

«Рісу» – не можна назвати греко-католицьким, хоча вони знаходяться на території УКУ. Сам по собі – це релігійний ресурс, який намагається дистанціюватися від Церкви. Класно, наприклад, пишуть про проблеми Томосу: відслідковують, роблять цікаві моніторинги, черпають інформацію з сайтів інших православних церков.

«Сайт УКУ» – гарна прес-служба з вишколом, подають не тільки новини, а стараються подати різні аналітичні матеріали.

«Кредо» – римо-католицький, роблять гарні онлайн зустрічі, духовні розважання тощо.

Р. С.

### **Де ми можемо побачити пасторальне служіння УГКЦ на інших (світських) сайтах?**

Ю. Л.

Важко сказати, бо світські ресурси не люблять писати про Церкву. Це проблема. Чому? Церква для них не є рейтинговою тематикою. Ресурси будуть писати про те, що буде найбільш читабельним і те, за що будуть купувати примірники газет.

Телебачення – це та програма, яку будуть дивитися, і в загальній мережі вона буде мати свою локацію. На жаль, Церква не є популярною в українських медіях як самобутня тематика. Бо, наприклад, в Польщі є релігійні медіа, які дуже класно розвиваються, люди їх читають, слухають. Світські медіа часто знімають про Церкву в перші новини. В Україні такого нема. Сильний вплив безумовно мав радянський час. Ми є дуже різними в нашому суспільстві. В нас зафіксовано понад 100 різних релігійних напрямків. Часто в нас Церква асоціюється з культурою, її бачать як пам'ятку архітектури. Люди не розуміють, що це спільнота.

Пишучи в світських ресурсах, я мала викидати багато богословських термінів, наприклад, Ісус Христос, і т. д. Багато речей приходилося

мінімілізувати, обходити, бо світська газета це не пропускає. Хоча мені пощастило співпрацювати з виданням «День». Я мала свою колонку, яку люди потребували. До того ж, в головного редактора цього видання було дещо інша політика.

На жаль, вигідніше писати про скандали, про політику. Адже Церква розуміється як споруда, з гарною архітектурою, вітражами, іконописом, як політичний інструмент. В нас викривлене розуміння Церкви, нівельоване радянською владою. Але в умовах Революції Гідності, війни, багато людей побачили Церкву з іншого боку (наприклад, військове капеланство).

Р. С.

**Ваш коментар стосовного того, чому перш за все люди надають перевагу не офіційним сайтам, а паблікам, групам у соціальних мережах. Як змінюється спосіб ефективного інформування користувачів? Які наслідки мають враховувати як передавачі інформації, так і користувачі?**

Сьогодні цифрова епоха дає можливість кожному передавати інформацію, просто обмінюватися новинами. Це громадське ЗМІ. Активні громадяни стають своєрідними журналістами, але не професійними. Тому часом пабліки, чати є ефективнішими. Вже журналісти після того, як побачили таку інформацію, її обробляють офіційно (наприклад, Українська правда).

«Дискусійний клуб УГКЦ» – місце, де людей хвилюють різні питання і священники мали би тут якось регулювати, вносити свої нотки. Це важливо, бо в дискусії часто народжуються добрі фрази, тези. Але пабліки мають небезпеку перетворити все на деструктив, це може бути «словесний махач» чи «тролінг». Треба пам'ятати також, що ми живемо в умовах інформаційної війни. Дискусія має бути з конструктивом. Якщо на сайті адмін блокує ненормативну лексику, чи «банить» порушника, то в пабліках це менш неможливо.

Р. С.

**Ваші побажання щодо того, що вартує змінити, додати, вдосконалити в пасторальному Інтернет-служінні УГКЦ.**



Ю. Л.

- Відкритість Церкви
- Праця в соціальних мережах
- Церква часто закрита на спілкування з журналістами

Є різні журналісти, які порушують стандарти, церковний етикет, етичні норми. Тому священники можуть і ставляться з насторогою, обережністю. Але варто зрозуміти, що журналістика відкриває певні речі для суспільства. Церква має мати той ключ, яким відкривати би якісь речі суспільству.

Приклад: Блаженніший Любомир Гузар, Філарет – в їх особі видно справжнє служіння, відкрите спілкування.

Спостерігається за священниками осторога щодо журналістів. Важливий особистий контакт, доказ того, що я не прийшла з тим, щоб щось «витягнути» чи нашкодити.

Медіа – найкращий шлях до суспільства. Треба просто працювати з перевіреними журналістами.

Р. С.

**Як Інтернет відіграє роль як розповсюджувач, як канал масової комунікації в УГКЦ?**

Ю. Л.

Немає напевно суто греко-католицької преси. Хіба що журнал «Патріархат», «Пізнай правду»... Немає продукційного радіо, телебачення. Адаже «Воскресіння», «Живе ТБ» – інтернет-телебачення. Як такої конвертації нема. Лише вихід в інтернет-площину.

## Інтерв'ю з о. Павлом Дроздяком

м. Львів, Львівська Духовна Семінарія Святого Духа УГКЦ

25 вересня 2018 р.

Інтерв'юер – Роман Стойко

Оповідач – о. Павло Дроздяк, керівник прес-служби Львівської Архиепархії УГКЦ, капелан Львівської Міської Ради, священник Архикатедрального Собору Святого Юрія УГКЦ.

Інтерв'юер – Слава Ісусу Христу!

Оповідач – Слава навіки!

Р. С.

**Назвіть, будь ласка, основне джерело інформації нашої Церкви на сьогодні.**

о. П. Д.

Якщо ми говоримо про основне джерело інформації нашої, яка би мала акумулюватися, вона зараз на офіційному сайті нашої Церкви [news.ugcc.org.ua](http://news.ugcc.org.ua).

Р. С.

**...Наразі так воно і є, так і залишається...**

о. П. Д.

На останньому Синоді Єпископів, який відбувся власне у вересні 2018 року, однією із постанов говориться про благословення наступних кроків створення інформаційної агенції УГКЦ, тобто це є останній Синод, який дав конкретне завдання щодо функціонування інформаційної агенції. Я думаю, що керівник Департаменту інформації (о. Ігор Яців) буде працювати над створенням такої інформаційної агенції. Як вона буде виглядати – наразі не відомо. Але, власне, Синод доручає єпархіальним єпископам призначити в кожній єпархії компетентних осіб для розвитку прес-служби та забезпечення належної співпраці з Департаментом інформації патріаршої курії.

Р. С.

**Окресліть, будь ласка, людину, вишколену для пасторального служіння у медіа. Якими принципами вона має керуватися у цій діяльності? Чи є документ, в якому би зазначалися дані принципи?**

о. П. Д.

Без сумніву, для того, щоб священник, як духовна особа, могла працювати у сфері інформації, необхідно знати певні основоположні принципи, відповідно до яких розвивається власне інформаційна політика в державі і в конкретному місці, в якому здійснюється служіння, душпастирювання.

Найперше, потрібно поставити собі питання, що означає душпастирство в такому інформаційному просторі, що особа своїм душпастирством хоче зробити, змінити, навернути, «просвітити» когось. Чи це мають бути матеріали просвітницькі, чи розважальні, чи читання Святого Письма, чи молитви... Дуже велика специфіка, дуже широка палітра того, що душпастир можеш зробити у сфері такої соціальної комунікації, тому що шляхи комунікації особа обирає без сумніву ті, які їй найбільш миліші, в тих, яких відчуває себе компетентною.

Наприклад, я закінчив Львівський національний університет імені Івана Франка, факультет журналістики. Є, скажімо, певний досвід комунікації, праці з особами абсолютно світськими. Тобто, в нас, на превеликий жаль, в духовенства і світських осіб наявне різне розуміння подачі інформації, пріоритетів і багато чого іншого. Тому важливо побути в середовищі світському, щоб ти міг зрозуміти, як правильно подавати інформацію. Часто нам здається, що наша інформація є абсолютно ексклюзивна і цікава всім, що раз ми опублікували її в себе на сайті, то її будуть перечитувати і поширювати в соціальній мережі абсолютно всі, але ми глибоко помиляємося. Наша інформація є цікава тільки дуже вузькому колу людей, які цікавляться власне такою специфічною тематикою.

Скажімо, стратегію, яку би я обирав як керівник прес-служби від 2008 року була дуже простою. Це найперше є побудувати шляхи комунікації з особами, які працюють у різних ЗМІ. Будувати особистісні стосунки з представниками різних

видань, телеканалів для того, щоби, маючи ті особистісні стосунки, подаючи правильні сформульовані меседжі, могли отримати найбільш очікуваний результат – щоб тебе почула більшість, те, що ти хочеш донести. Тому важливо формулювати цікаві меседжі, які будуть цікаві журналістам, адже журналіст перед виконанням свого завдання заслуховує думку своїх головних редакторів. Тому, якщо є правильна подача інформації, то вона буде цікавою і її опублікують. Якщо просто поставити інформацію – ніхто не буде на неї зважати, ніхто на неї не «прийде». Це говорю з точки багаторічного досвіду.

Тому важливу роль відіграє професіоналізм – коли ти вмієш комунікувати з особами, які є в ЗМІ, які є редакторами тих чи інших видань. Неодноразово я робив зустрічі редакторів різних видань, інтернет-видань і з правлячими ієреями, для того, щоб навести найперше особистісні стосунки. Коли ми мали спільну дискусію, спільний чай, познайомившись, будучи відкритими до медіа, ми наводили ті шляхи комунікації. Без них важко душпастирювати в цьому просторі.

Якщо ми будемо працювати з людьми правильно, фахово, то вони будуть нам допомагати в тому, щоб подати інформацію в правильному ключі для слухачів, читачів, глядачів. Сама побудова добрих особистісних контактів з медіа і є цим власне душпастирством. Ти працюєш і дозволяєш журналістам бути відкритим до тебе, контактуєш з ними. І це дає свій результат. Неодноразово ми переконалися на конкретних випадках, коли журналісти до нас телефонували і радилися, як вони мають правильно написати, щоб не нашкодити Церкві. Є багато світських медіа-магнатів, цілих корпорацій, в яких нам необхідно душпастирювати.

Р. С

**Який Ви можете дати коментар стосовно розвитку сайтів УГКЦ впродовж останніх 10 років?**

о. П. Д.

Ми згадували про офіційний сайт нашої Церкви. Так, він є один, але крім нього також кожна єпархія має свій. На мою думку, це такий дуже офіційний

інформаційний орган єпархії. Тому що сайт єпархіяльний, він не може конкурувати з новинними сайтами, він не може бути конкурентноздатним, пропускати через себе різну контентну рекламу, яка буде утримувати свій сайт. Цей сайт не може бути розважальним, це офіційне джерело для спілкування Єпископа, Архієрея єпархії зі суспільством. Інформація на таких сайтах має бути досить виваженою, перевіреною, офіційною. Це не сайт для духовних чи філософських роздумів. Я завжди при поширенні інформації, роблячи анонси, виношу посилання на офіційний сайт. І тоді далі йде інформаційний розвиток такої новини, якщо хтось цікавиться нею, відслідковує.

Без сумніву є велика проблема у керівниках прес-служб, які займаються наповненням тих сайтів. Відсутність конкурентноспроможності таких сайтів впливає на фінансування їх виключно за бюджет єпархії. А бюджет єпархії зазвичай виділяє на розвиток та існування прес-служби кошти мінімальні. Але робота і відповідальність є колосальною.

Проблема в політиці кадрів. Коли ми говоримо про духовенство, яке працює в інформаційному просторі, зокрема над сайтом, воно не може виключно працювати над сайтом, адже, якщо це є священник чи диякон, він звершує служіння. Відповідно присвятити свій час він априорі не має можливості. Тоді не треба було би йому йти в священство чи рукополагатися.

Це проблематика. Такими речами мали би займатися вишколені миряни, які мають добрий досвід і освіту, знання специфіки інформаційного світового простору, котрі мали би належну заробітню платню і вважали таку роботу своєю основною працею. В такому разі можна би говорити про розвиток прес-служб. Працювати над сайтом важко. Тому необхідні якісь певні медіа-наповнення, які би допомагали б і підсилювали існування тої чи іншої церковної структури, створюючи так-звану церковну корпорацію.

Крім інтернет-простору, ми говоримо про радіо, телебачення, про різні соціальні сторінки, тим паче, ми є свідомі того, що люди зараз перестають читати, люди зараз більше зорієнтовані на «Instagram». Тому думаю, це також є виклик для Церкви. Для того, щоб була присутня в цьому «Instagram», присутня

зі своїми блогами, справді адекватними, цікавими. І власне, хто підписується на ці канали, вони могли черпати для себе дуже якусь цікаву річ.

«Instagram» – це майбутнє, тому що сайти, соціальні мережі відходять в небуття. Сьогодні люди надають перевагу завантаженню просто світлина, ніж читанню і писанню. В цьому напевно і проблематика. Тому цілком нормально, думаю, коли з'являється та чи інша сторінка в «Instagram» духовної особи чи спільноти. Тут маємо змогу коротко, ясно, чітко отримати інформацію. Але важливо, щоб ця інформація була про «щось», а не «ні про що».

Потрібно створити певний майданчик (робочий кабінет, певна команда, структура, яка ставить перед собою чіткі завдання і їх виконує), щоб людина, яка хоче працювати, прийшла і мала ту можливість. Коли ти запрошуєш людину, то маєш запрошувати її на конкретний проект, який тебе цікавить і який вона зможе реалізувати.

Я думаю, що таких людей є достатньо. Ми мали низку проектів, коли залучали цілком світських осіб до тих чи інших церковних проектів. В нас була дуже цікава річ – напрацювання з компанією «Стар ТВ» – компанією, яка займалася різною відеопродукцією. Вони почали працювати з нами в контексті творення різних документальних фільмів, дуже якісних, фактажних, цікавих. І пізніше – серія відеороликів різних моментів. Тепер цей проект розвивається і створюється сайт «UA VOICE». Це інформаційний простір, де більше розміщено відеоінформації, ніж тексту. Зокрема, він об'єднує інформацію з різних куточків нашого світу, працю нашої діаспори. І крім того, вони завжди відкриті для того, щоб висвітлювати життя і діяльність нашої Церкви у світовому масштабі.

Р. С.

**Ми говорили про певні принципи, як Церква має співпрацювати з світськими сайтами, які є основні «точки», на які мають орієнтуватися світські організації, коли вони хочуть співпрацювати з Церквою та її ЗМК?**

о. П. Д.

Треба бути свідомими того, що світські люди, які хочуть висвітлити певну інформацію, пов'язану з Церквою, на превеликий жаль, коли приходять до тебе,

і хочуть взяти певний коментар стосовно чогось, показують свій анальфбетизм в релігійній термінології, часто навіть не знають, як правильно звернутися до представника духовенства. Тому і їхні матеріали часом виходять такі курйозні. Ці речі треба контролювати і не треба одразу відкидати таких журналістів, не принижувати їхньої гідності щодо їхньої непрофесійності. Навпаки, тут і полягає твоє душпастирство – вийти до них і дати їм можливість навчитися. Пояснити, що, коли йдете до представника духовенства, потрібно знати її титул, як до неї правильно звертатися. І це буде показником їхньої фаховості. Взагалі, говоримо про фахову журналістику, не тільки релігійну. Це має бути справді освічена людина.

Р.С.

**Розкажіть, будь ласка, про Ваш особистий досвід пасторального служіння в Інтернеті.**

о. П. Д.

З моменту активного розвитку соціальних мереж і будучи керівником прес-служби Львівської Архиепархії, я зрозумів, що я як особа Павло Дроздяк навіть в соціальній мережі залишаюся отець Павло Дроздяк. Все те, що я публікую на своїй власній сторінці, я публікую як представник духовенства, як лице Церкви, як би я цього не хотів. І тому цей принцип, цей досвід душпастирства, полягає в твоїй обережності і виваженості.

Світ є тепер таким, що твоє портфоліо складається не тільки з автобіографії, яку ти принесеш, а й з аналізу твоєї сторінки в соціальній мережі, тих каналів, на які ти підписаний. Вони говорять про тебе абсолютно все: на що ти є зорієнтований, що ти переглядаєш і як з тобою можна спілкуватися і працювати.

Мій особистий досвід праці в інтернет-просторі є дуже виважений. Завжди легко написати будь-що в інформаційному просторі. Оскільки в нас зараз немає відповідальності за слово, то відповідно певна така «диванна сотня» (особи, які не мають ніякого відношення до Церкви) починає включати свої абсолютно

безсенсовні аргументи. І твій добрий пост часом перетворюється в купу непристойних коментарів, де оскаржують, осквернюють і т. д. Старатися публікувати речі, які вже перед тим були опубліковані на офіційних сайтах і намагатися писати про такі речі, які будуть цікаві для тих, хто за мною спостерігає в соціальній мережі.

Мій досвід праці є дуже різний. Я також працюю в корпусі депутатському, є капеланом міської ради. Це для мене є ще один інформаційний канал, яким я користуюся, щоб можна було доносити ту чи іншу інформацію. Цим інформаційним каналом є публічні виступи перед кожним проблемним засіданням. В ложі журналістів є завжди мої приятелі, які слухають, які уважно слідкують за кожним інформаційним повідомленням. На нього завжди дуже швидко реагують. Адже воно є промовлене публічно. Тому такі мудрі моменти використовувати для доброго душпастирства.

Р. С.

### **Чи можна бути добрим християнином і працювати журналістом у світських медіа? Які можуть бути виклики?**

о. П. Д.

Найперше треба зрозуміти, що кожне медіа має свого власника і кожен власник має і провадить свою інформаційну політику. Якщо ти йдеш працювати і підписуєш контракт з певним виданням чи інформаційним агенством, то відповідно, хочеш цього чи ні, ти стаєш частиною тієї корпорації, тієї інформаційної політики, яку нав'язує твій редактор. Якщо ти не будеш працювати в контексті цієї редакційної політики – ти довго не затримаєшся в тому чи іншому просторі.

Перший виклик полягає в тому, що ми мусимо усвідомити відсутність незалежності в нашій інформаційній журналістиці. Ми завжди є в полоні редакторів, які диктують нам, де скеровують нас працювати в тій ділянці, яка є найбільш необхідною.

Найбільшою небезпекою є такі варіації над правдою, яку можна подавати в різних ключах, проявах. Іноді особи, які хочуть нашкодити Церкві,



використовують цю правду виключно в своєму ключі, показуючи лише ті речі, які є найбільш потрібними, щоби ще раз очорнити, осквернити Церкву. Тому цей виклик слідувати правді в цій інформаційній політиці агенства не загубити себе, не загубити власну ідентичність, не загубити власний ідентичний почерк, який би говорив про вас, як про фахового журналіста.

Р. С.

### **Піар, реклама може шкодити пасторальній діяльності чи приносити користь?**

о. П. Д.

Наші церковні сайти не можуть вміщувати в свою структуру рекламу, адже виникає одразу певна комерційна складова, яка за собою тягне інші моменти, пов'язані з чинним законодавством – оподаткування. Реклама – це певна бізнес-діяльність. Якщо ти отримуєш кошти, то це має бути задекларовано. Наші сайти не є конкурентно спроможними, не є надто активними. Відповідно піар, реклама, яка в нас може бути, є досить такою виваженою і стриманою. Це може бути реклама певної книжки, продукції церковно-релігійного характеру, різні паломництва, якісь комплекси, які є при єпархіях (відпочинкові, реколекційні). Це про рекламу.

Якщо говоримо про піар себе як спільноти, без сумніву треба використовувати абсолютно всі реально існуючі можливості, щоби говорити про себе. Про нас ніхто не скаже, якщо ми самі не будемо про себе говорити. І цей піар є постійно пов'язаний з публічним простором, в якому ми душпастирюємо, промовляємо. Завжди мусимо займатися тим таким добрим піаром своєї структури, своєї Церкви, в якій ми перебуваємо, живемо, рухаємося.

Р. С.

### **Розкажіть про успіхи екуменічної діяльності між сайтами різних релігій, конфесій?**

З самого початку я був залучений до одного з проектів від моменту отримання благословення на таку річ. Це була спільна праця мене як капелана

Львівської міської ради, керівника прес-служби Львівської Архиепархії. Ми створили такий проект «Духовна велич Львова», який існує досі. Було декілька таких ідейних натхненників, хто покликав до життя цей інтернет-ресурс. Він є яскравим прикладом творення одного інформаційного майданчика, що розповідає про релігійне життя в місті Львові різного роду конфесій. Цей майданчик став простором для діалогу, для творення нових проектів, нових розмов, навіть інтернет-проектів. Гарно розвинувся такий екуменічний [міжрелігійний] центр «Лібертас».

Р. С.

### **На основі Вашого досвіду, того, що ми маємо, що ще потрібно додати?**

о. П. Д.

Ми є свідками того, що рано чи пізно ми будемо шукати виходу з того простору, що називається Інтернет. Бо інформація насправді дуже втомлює людський мозок. Ми є зараз перенасичені нею. Це настільки відчутно в суспільстві, що хочеться втекти від Інтернету, телебачення, щоб просто побути, поспілкуватися віч-на-віч. Я гадаю, що ми є свідками скорого повернення до таких дуже особистісних стосунків. Тому душпастирство в інтернет-просторі має привести до живого спілкування, не тільки віртуального, а до конкретного живого. І це є основна ціль душпастирювання – щоби закликати до конкретних добрих справ. Душпастирювати так, щоби зустрітися з людиною наживо.

В мене був такий проект, який називався «Духовна мандрівка», ще коли я був семінаристом. Маючи радіо-проект, ми намагалися, окрім цього простору, зустрічатися зі слухачами віч-на-віч. Раз на місяць після чергового недільного ефіру ми робили такі зустрічі зі слухачами. В одному із наших львівських храмів ми мали Літургію і зустріч авторів програми із бажаючими, хто цікавився.

Маємо бути свідомими того, що ми не уникнемо цього інтернет-простору. Він є, він настільки став частиною нашого буття, що ми тепер просто маємо навчитися в ньому правильно функціонувати, жити і взагалі розвиватися.

*Додаток № 7***Інтерв'ю з п. Михайлом Морозом**

м. Львів, корпус Філософсько-богословського факультету Українського Католицького Університету

1 жовтня 2018 р.

Інтерв'юер – Роман Стойко

Оповідач – Володимир Мороз, головний редактор журналу «Патріархат», історик, працює над докторатом по релігієзнавству.

Інтерв'юер – Слава Ісусу Христу!

Оповідач – Слава навіки!

Р. С.

**Чи були спроби зі сторони «Патріархату» виступати основним офіційним джерелом УГКЦ, тобто об'єднаним, який висуває загальну думку?**

В. М.

Я від квітня цього року є редактором, тому можу говорити про цей час. Цінність «Патріархату» в тому і його сутність в тому, що він є результатом (плодом) руху патріархального ще з тих часів (1967 року) і він значною мірою є голосом мирянського руху. Хоча природньо, що цей рух мирянський розвивається тісно з духовенством, як цілісність Церкви.

Не стояло питання про те, щоб бути основним друкованим органом Церкви. На мою особисту думку, його цінність саме в тому, що він дозволяє бачити поліфонію голосів Церкви, в тому, що він доносить до своєї Церкви і до середовища, яке є поза нею. Це не є новинний ресурс. Це журнал думок, осмислення реальності, мислення наперед, якою наша Церква була, якою вона є і якою хоче бути.

Основний виклик «Патріархату» не в тому, щоб бути чільним головним ЗМІ, в тому щоби вносити роздумування, аналіз в нашу публіцистику. І ми

запрошуємо, шукаємо постійно авторів, які би були думаючі, могли аналізувати, синтезувати, пояснювати і дивитися наперед. І цим ми відрізняємося від багатьох інших ЗМІ. Було би дуже зле, якби було тільки одне ЗМІ в Церкві. Вона би втратила від цього.

Р. С.

**Тобто Ви вважаєте, важливо, щоби Церква використовувала різні способи передачі інформації – як офіційні сайти, так і більш публіцистичні джерела, розважальні канали, щоб це не було в одному джерелі, а розділено по різних секціях?**

Ми живемо в часі і ми все це більше помічаємо, коли довкола на словах, в тому числі і від людей, які не є воцерковлені, але бажають використати авторитет Церкви, не розуміючи, що таке Церква, лунає багато мови про Церкву і релігію, часто не властивої ні для Церкви, ні для релігії тощо. І як наслідок, люди, які є не повністю воцерковлені або взагалі не воцерковлені, які потенційно можуть стати глибокими християнами духовно, ними не стають, вони «гинуть», втомлюються, ще не ставши свідомими християнами. Тому потрібне оте повноголосся, багатоманіття.

Кожна людина сприймає інформацію по-своєму. Недавно вийшла книга «Просто християнство». Там є оте просте пояснення, яке спрямоване на певного читача. Так і ми повинні працювати. Ми повинні уявляти, хто наш читач. Не хочеться сказати «цільова аудиторія», бо це наш партнер. Для ЗМІ саме це важливо. Взагалі прекрасно, коли читач стає автором. Тоді є діалог. В тому числі і церковний. Бо Церква живе і гуртує. В тому є її перспектива.

Р. С.

**У зв'язку з сучасними тенденціями змінюються звички читання, менше хочеться читати великі тексти. Як Ваш часопис, який написаний у класичному стилі, дає раду сучасним запитам читачів?**

Такі проблеми існували завжди, просто вони були приховані трішки під іншими формами. Це лінивість. І воно було завжди. Просто тепер трішки

окультурили цю тенденцію. Наш журнал існує для людей думаючих. З людьми треба займатися. Люди є різні, але матеріал має бути якісним. Він повинен бути, бо люди, які є свідомими і намагаються бути в осерді якоїсь професії, розуміли, що відбувається, могли бути учасниками того, що відбувається і могли орієнтуватися, щоби бачити, а як реагувати на дійсність. В цьому наш діалог з читачем. І це важливо.

Щодо того, що люди звикли читати багато, мало... Я дванадцять років пропрацював в газеті, від звичайного репортера до головного редактора, в звичайній обласній газеті. І як нас вчили: ви можете дати текст на десять тисяч букв, який за стандартами газети є великим, «розбийте» його на підзаголовки, і людина, як їй буде зручно, так і прочитає, розмістіть фотографію, тобто змінювати формат подачі інформації.

Попри те, що одне фото чи відео може містити інформацію, як текст обсягом десять тисяч знаків. Ми можемо це використовувати. Але я б казав, все одно осмислення, розуміння дійсності приходить і буде приходити через людську психологію через текст, а не через зображення. Емоція не замінить рацію. Вона потрібна. Але в гонитві за «лайками», поширеннями ми часто втрачаємо рацію. А ми не маємо права це робити.

### *Додаток № 8*

#### **Інтерв'ю з о. Павлом Худом**

м. Львів, головний корпус Українського Католицького Університету

2 жовтня 2018 р.

Інтерв'юер – Роман Стойко

Оповідач – о. Павло Худ, фахівець із комунікацій, докторант Інституту соціології Люблінського католицького університету, директор Школи журналістики УКУ.

Інтерв'юер – Слава Ісусу Христу!

Оповідач – Слава навіки!

Р. С.

**Мене цікавить питання, про що говориться в документах Церкви стосовно теми соціальних комунікацій, про обов'язок Церкви займатися вихованням журналістів у світлі євангельської місії? Яка ситуація є в УГКЦ, зокрема в УКУ, і чи така тема обговорюється в Школі журналістики УКУ? Можливо, є якийсь план подальшого розвитку професійної релігійної журналістики в Україні і в УГКЦ?**

о. П. Х.

Якщо говорити про УКУ, то в межах програми журналістики та медіа-комунікацій є курс «Церква і соціальна комунікація». Ці курси можуть бути по-різному змодельовані, але це один елемент, який є в програмі. Другий момент – це курс «Християнська духовність в постмодерну добу». Її також слухають студенти журналістики та медіа-комунікацій. І це в межах навчальної програми. Окрім позанавчальних програм є, до прикладу, зустрічі з релігійними лідерами або працівниками релігійних середовищ. На двох програмах є духовні виїзди до Унева або до Крехова чи по інших релігійних спільнотах та святинях. Це те, що стосується УКУ.

Якщо говорити про УГКЦ – шлях, як ідуть комунікації в УГКЦ, також може бути різний, бо там можуть йти і ті, хто закінчував УКУ на не журналістській програмі, і ті, хто закінчував журналістські програми, залежно від того працівники, якщо вони випускники журналістики, вже зможуть відібрати дисципліни пасторального виміру, богословського виміру. Якщо це випускники не журналістики, вони можуть вибирати. Наприклад, я навчався і друга моя освіта – це журналістика, магістратура Львівського національного університету імені Івана Франка. Тоді, іноді, це можуть просто бути співробітники – хлопці, дівчата, які добрі на написання тексту, не обов'язково з журналістською освітою. Цей шлях є різним, і в цьому нічого поганого немає, це добре.

Р. С.

**Дякую. На скільки взагалі священник чи мирянин має бути компетентний в справах соціальних комунікацій, щоб займатися пасторальним служінням в Інтернеті?**

о. П. Х.

Я не думаю, що має бути така чітка прив'язка якісного пасторального служіння в Інтернеті до кваліфікованої комунікаційної підготовки особи. Просто є елементи, які вказують, що якась людина добре володіє словом на різних інтернет-платформах, а якась гірше володіє. І тут іноді можуть бути речі всупереч, коли той, хто закінчив програму комунікацій, не вміє порадити собі з текстовими речами, але він може собі порадити з технічними речами, як розуміння специфіки роботи платформ, розумінням поширення контенту на різних платформах, це як дві сторони медалі. Хтось вміє добре створювати контент, хтось вміє добре поширювати контент. Я не думаю, що має бути чіткий зв'язок. Тут краще потрібно мати навички, які там вирізняють когось, хто він є кваліфікований експерт комунікацій і, зрештою, спроможність слухати, уважність до деталей, критичне мислення як таке. Це комунікаційні навички, як можливість вміння вибудувати діалог і розмову зі своїм співрозмовником. Це іноді навіть командна робота, як спроба розподілити ролі на комунікаційному майданчику або командна робота, як розмова зі своїм співрозмовником. Тому я би не прив'язувався до диплому журналіста чи конкретної професії. Якщо людина має ось такі навички, навіть не маючи диплому, вона цілком порадна, щоб працювати в комунікаціях.

Р. С.

**Дякую. Ваш коментар стосовно того, що все більше користувачі надають перевагу не офіційним сайтам, а публікам, групам у соцмережах? Як змінюється спосіб ефективного інформування користувачів?**

о. П. Х.

Дивіться, публік – це просто платформа. Люди перекидаються на це, тому що це простіший доступ до інформації. Платформи незмінні, не ілюзують

важливість і необхідність змістової інформації. Ефективне інформування є, коли дотримано два параметри: якісне за змістом повідомлення і зручний сервіс для користувача. Колись користувач використовував ті платформи, які були. Тепер, наприклад, Церква має аналізувати, які платформи зручні для користувача і якщо вона хоче вийти йому назустріч – вона їх використовує.

Р. С.

**Як змінюється і чи повинен змінюватися формат інформації сьогодні, коли «не є популярні довгі тексти», а – живі трансляції, фотофакти, «сторіз», «меми» і т. п.? Як реагувати на такі речі Церкві, щоб євангелізувати?**

о. П. Х.

Не до кінця є правдою, що довгі тексти непопулярні. Просто кожен тип матеріалу за формою, за змістом має бути адресований під різного виду платформу. Зараз немає такого, є один текст і будь-куди його «втикаєш». На одній платформі піде текст довгий і короткий, на іншій – відео, аудіо чи фото. Дещо некоректно говорити, що довгі тексти є непопулярними. Вони зберігають свою популярність просто не всюди, не завжди і не в кожному користувачу.

Р. С.

**Зрозуміло, є такий вираз як «інтернет-залежність». Справа в тому, що Інтернет зараз поширений всюди, тобто важко говорити зараз про інтернет-залежність, коли він в багатьох ланках комунікацій.**

о. П. Х.

Навіть коли був тільки один канал, завжди була можливість сидіти коло телевізора, і це також була певна форма залежності. Я думаю, що дисципліна завжди має альтернативу. Альтернатива і залежність – це дисципліна користування часу, дисципліна спілкування, дисципліна користування інформацією. Це нормальна практика на сьогодні. Не треба боятися того всього різноманіття. Я думаю, що в цьому є наша людська зрілість. Господь нас створив



різними, щоб ми могли обирати. Це не коректно говорити про свободу, коли вона є обмежена...

### *Додаток № 9*

#### **Інтерв'ю з п. Тарасом Антошевським**

м. Львів, корпус філософсько-богословського факультету Українського Католицького Університету

2 жовтня 2018 р.

Інтерв'юер – Роман Стойко

Оповідач – п. Тарас Антошевський, головний редактор сайту РІСУ

Інтерв'юер – Слава Ісусу Христу!

Оповідач – Слава навіки!

Р. С.

#### **Охарактеризуйте коротко сайт РІСУ.**

Т. А.

Ідея сайту РІСУ виникла, коли стало відомо, що Папа Іван Павло II приїде в Україну. Це був кінець 2000-го року. Ідея створення такого сайту існувала ще раніше, але справа в тому, що важко було знайти фінанси, зацікавлених людей, хто би міг це робити. І сталося так, що коли вже почали остаточно говорити про час, коли це все приблизно буде, то стало зрозуміло, що потрібен сайт, який буде позаконфесійним, який би міг розповідати про релігійне життя в Україні, не представляючи жодну із конфесій, із церков, акцент робився навіть не на українського, а на англомовного світового читача. Тому що в Україні все таки якась та інформація була, а натомість англомовний читач міг скористатися хіба з матеріалів Московського патріархату чи з незначної кількості матеріалів з Польщі.

Звичайно, важко було чекати від них об'єктивного представлення. Зрозуміло, що польське католицьке видання найперше писало про своє видання, а російське подавало свій погляд на події. На той момент існувала ще «АРІ» – агенція релігійної інформації. Але це був не сайт, а друкована версія, в неї робилася e-mail розсилка.

Все ж таки існувала потреба створити сайт, який би постійно оновлювався, де можна би було писати про всі релігійні напрямки, які присутні в Україні, представляти об'єктивно новини, довідкові матеріали, статті тощо.

Редакція РІСУ виникла 1 лютого 2001 року.

Р. С.

### **На скільки людина має бути вишколена, щоб займатися пасторальним служінням в Інтернеті?**

п. Т. А.

Власне, найперше треба розуміти, що таке є медіа, що вони можуть нам давати. Перш за все, це є засіб комунікації. Розраховувати на те, що комунікація це не лише донесення інформації, але також таємний зв'язок, рух інформації в одну і другу сторону. Наступне це те, що сучасні мас-медіа скеровані більше на широке залучення, де можуть працювати багато людей і може бути ця зворотня реакція дуже активною. Якщо йдеться про пастирське служіння, то потрібно розуміти, що коли ти говориш з людиною наживо, ти бачиш її реакцію на слова, чи вона сприймає чи ні, чи вона є відкритою чи закритою до тебе як співрозмовника. Під час праці в медіа ти не бачиш свого читача. І ти мусиш виявляти такий рівень душпастирської второпності, щоби своєю інформацією не нашкодити, не відштовхнути. Коли ти працюєш в себе на парафії, ти розумієш, що це є людина, яка вже прийшла до тебе. Коли ти працюєш в середовищі не парафіяльному, то ти розумієш, що це за люди. Під час праці в мас-медіа ти не знаєш, хто буде твоїм читачем. Тому дуже добре потрібно розуміти, хто є твоя аудиторія.

Р. С.

## Ваш коментар стосовно розвитку сайтів УГКЦ.

Т. А.

Треба найперше розпочати з того, для чого взагалі існують церковні сайти. Фактично, вони мають здійснювати два види комунікації: зовнішня (комунікувати із зовнішнім світом) та внутрішня (життя спільноти, парафії чи єпархії). Відповідно, враховуючи те, що сайт не роблять для якогось одного типу аудиторії, сайти мають містити одну і другу інформацію.

На жаль, в нас сайти УГКЦ мають вже десь поза 20-ть років існування. Загалом, ситуація є така, що сайтів було достатньо багато, але вони виконували певну функцію інформування найперше новинами. Тоді комунікація була тільки в одному напрямку, виконувала функцію передачі інформації оперативніше, ніж газета.

Фактично, зараз існує понад сотню різних сайтів. Кожна єпархія, згромадження має свій сайт. Є кілька центральних сайтів, є портал офіційний. Можуть існувати сайти парафій, спільнот. Тобто, різних сайтів є достатньо.

Скажімо, УГКЦ була однією з перфіонерів в українському релігійному інтернет-просторі. На початку, медіа-ресурси УГКЦ вигравали на тлі інших церков. Зараз ситуація дещо змінилася фактично за останні 10 років. Основними гравцями на цьому просторі були, з одного боку, УГКЦ, з іншого – сайти Української православної церкви в єдності з Московським патріархатом. Її медіа-структура є зараз найбільш розвинена. І набагато краще розуміння значення мас-медіа, дуже налагоджена централізована робота надходження інформації з Києва до єпархії, з єпархії до Києва. Цим найбільше вони завжди вирізнялися. В них не суттєва різниця між активними і менш активними сайтами.

Наступним є те, що інші церкви загалом (наприклад, Київський патріархат має менше сайтів, вони зараз почали більш активно розвиватися) в тому плані програють. В той же час десь також є простір, де сайт УГКЦ мало задіяний. В соціальних мережах маємо численні дискусії, але це вже трошки інший формат, це не особисті сайти, тому важко проконтролювати їх. Це не раз може привести до певних таких негативних наслідків.

Щодо якості сайтів, то це можливо наша слабша сторона. Загалом ми не так часто можемо спостерігати, що сайт єпархії чи навіть центральні сайти стають ньюзмейкерами. Але якщо є якесь послання Блаженнішого чи важливий документ, навколо якого створюється інформаційний шум, то представники медіа будуть шукати інформацію на сайтах церковних. Напевно, чи не щодня світські медіа заглядають на церковні сайти чи це на місцевому, чи на загальному рівні.

Наші сайти розвиваються, свого часу були одними із початківців. Але зараз ми не є в лідерах. В напрямках, забезпечених належними кадрами, є результат належної праці. А де з кадрами є проблема, там це відчувається.

Я ще хотів наголосити на тому, що питання кадрового забезпечення дуже важливе. Мають працювати професійні журналісти за стандартами журналістики, а в нас в більшості випадків працюють церковні журналісти. Система має бути налагоджена, не залежити від плинності кадрів.

Р. С.

**Все більше користувачів надають перевагу не офіційним сайтам, а паблікам, групам у соціальних мережах. Як змінюється спосіб ефективного інформування користувачів?**

Т. А.

Це може бути пов'язано з певними тенденціями в суспільстві, модою тощо. Зараз є мода на соціальні мережі, наприклад. Там розвивається все швидше. Є активна комунікація, а люди люблять комунікувати. На сайті ж нема можливості поставити коментар, чого частина читачів не любить, бо прагне поспілкуватися зі своїми однодумцями. Є ще така річ, що соціальні мережі стали легким способом залучення нової аудиторії. Бо сайтами користується переважно постійний читач. А соціальні мережі є саме залученням нового читача.

Група у «Facebook» – це місце, де можуть об'єднуватися читачі зі спільними інтересами. Ми для себе спостерігаємо таку річ, що «Facebook» – це на даний час найкращий спосіб для винесення якоїсь ідеї, інформації, для того, щоб відбулося її обговорення і апробація певною мірою. У «Facebook» легше знайти і дізнатися, наприклад, про якусь певну парафію. Щоб парафіяльний сайт

став відомим і читач дізнався про нього, треба вкласти достатньо ресурсів. Сторінка у «Facebook» напевно що буде набагато ефективнішою, ніж окремий сайт парафії, коли ми хочемо залучити нового читача.

Р. С.

**Проблема «спамів», «вірусів», «фейків», «тролінгів» тощо. Чи має духовенство займатися просвітництвом щодо уникнення подібних речей?**

Т. А.

Однозначно має займатися. Я на цю тему писав статтю в журналі «Патріархат» весною цього року. Власне, я звернув увагу на те, що як зараз робиться маніпуляція і людина може стати її жертвою. Навіть маючи вищу освіту і маючи досвід роботи мас-медіа, ми зараз першочергово маємо зважати, хто подає інформацію, пізніше – як подають її, хто є автором, на якому сайті розміщено цю інформацію. Тому що є певні завдання певних сайтів, їх по-різному називають. Вони можуть вносити дезінформацію, шкодити певним інформаційним потокам. Саме під особливим акцентом є релігійне середовище. Для шкоди йому може завідомо подаватися неправдива інформація, щоб дискредитувати Церкву, зменшити її вплив у суспільстві, це може бути внутрішня міжцерковна боротьба.

Тому завданням священика є також проводити таке просвітництво щодо роботи мас-медіа, небезпек і викликів. А це важко. Священики повинні працювати, вдосконалюватися в тому, щоб захистити людину від тих зовнішніх впливів, які зараз йдуть власне і від цих мас-медіа. Людина, яка відірвана від такого релігійного церковного середовища, змінюється. Зараз мас-медіа має більший вплив, ніж Церква на суспільство. Віра до Церкви може є більшою, ніж до мас-медіа. І так вони вже майже зрівнялися. Але вплив більший мають, власне, мас-медіа, які можуть бути знаряддям у чийсь руках. В мас-медіа треба вміти працювати, відповідно до стандартів, правил. Використовувати методи, які є, але нести свої цінності.

Р. С.

**Чи всі правила піару можна використовувати у Церкві?**

Т. А.

Є правила, а є методи. Правила більш-менш є прийнятними для будь-якого об'єднання. В Церкві не всі методи можна використовувати.

Церкві потрібно, наприклад, беручи якісь комунікації для бізнесу і знаючи церковну специфіку, навчитись їх адаптувати. Я маю такий досвід з минулого, що ми брали комунікації власне для бізнес-середовища – курс лекцій, і я його переробляв для комунікацій в середовищі церковному. Тому що бізнес як такий в принципі не є аморальною річчю чи політикою. Це є також певні об'єднання громадян за певними інтересами: політичними, духовними, економічними тощо. І в них є певні стандарти.

Мені дуже не подобається фраза «в особливий спосіб». Це знаєте, так як може бути пряма дорога і нею можна йти, але можна йти в особливий спосіб – «петляти». Тільки виникає питання, навіщо йти тою «петльованою» дорогою, якщо можна йти прямо. Знаєте, Церква деколи робить щось в такий «особливий спосіб», що є незрозумілим ні ззовні, ні з середини. Тому власне в цьому випадку комунікація має бути не «в особливий спосіб», а саме звичайним способом, так, як воно є.

Комунікувати можна не тільки з допомогою ЗМІ, а комунікувати можна з допомогою спілкування людьми (коли їдеш в електричці, пишеш у «Facebook» тощо). Тобто, треба розуміти, що таке *є piar*. Це є «public relations» – стосунки з громадськістю. Священик проповідуючи також здійснює piar – своєї віри, навіть себе. Тепер так є, що люди можуть вибирати, наприклад, цікавішого проповідника і йти до нього.

Отож, ми не можемо вигадувати своїх правил для тої сфери, яку ми самі не придумали. Я люблю говорити на своїх лекціях, що Христос був одним з найкращих piarщиків. Він дуже вміло вмів спілкуватися. Як Він потрапляв в кризові ситуації (piar кризових ситуацій одна з важливих таких фундаментів piару), як Він спілкувався з фарисеями, в Синедріоні. Чому Він часами не проповідував на березі, а впливав на човні від берега? Тому що вода є прекрасним засобом замість мегафона, щоб донести великій кількості людей певну інформацію. Тобто Він використовував фізичні засоби для комунікації з

натовпом. Тому Церкві є чого повчитися в Нього. Цікаво, що навіть сама архітектура храмів є такою, що створена для якіснішого піару. А проповідь це також піар.

Р. С.

**Спостерігаємо в Інтернеті масове розповсюдження інформаційного «сміття». Це пов'язано з тим, що журналістика не до кінця може бути об'єктивною чи через безвідповідальне ставлення до мережі?**

Т. А.

Не завжди це йде від журналістів. Це може бути створена спеціальна компанія, оскільки є різні зацікавлені в дезінформації інституції, для того, щоб «пускати фейки», поширювати зневіру, страх. Це є типово для нашої епохи постмодерну, коли відбулася руйнація авторитетів. Для інформаційно незрілої людини, наприклад, священник може бути зовсім не особою для наслідування, а навпаки якийсь юний блогер, який робить шалені кроки і знімає це на відео.

Створення псевдоавторитетів може бути певною модою, знаками часу тощо. З іншого боку, це також може бути чиясь планомірна робота, щоб створювати псевдоавторитети і руйнувати існуючі.

Р. С.

**Чи можемо ми побачити якусь конкретну програму для священників і мирян, яка би могла навчити капеланства в Інтернеті. Чи вона розпрацьовується? Чи для пастирського служіння достатньо самоосвіти?**

Т. А.

На це питання могли би краще дати відповідь ті особи, які займаються освітою в семінаріях. Напевно, що в світі є різні курси і ми бачимо, що Церква взагалі розробила величезну кількість документів, і зокрема, про навчання в семінаріях. І там дуже багато пояснень про роль мас-медіа в світі, чому важливо в цей час, коли мас-медіа мають більший вплив, використовувати їх для донесення інформації. Мас-медіа можуть донести більше інформації, ніж священник на проповіді. Церква має бути там присутня, і присутня якісно.

На жаль, в нас дуже бракує людей, які би могли аналізувати виклики, проблеми, писати і продукувати спеціальні програми. Насправді, якщо ця діяльність десь на Заході і є, в нас вона обмежується загальними ознайомчими лекціями. Достатньо мало є священослужителів чи семінаристів, які би писали відповідно до стандартів журналістики. Писати побожно – це не писати добре.

В цьому середовищі, за моїми спостереженнями, існує нездорова дилема між побожністю і непрофесійністю. Якщо не буде цього професійного підходу, то за деякий час люди не будуть довіряти Церкві, мас-медіа. Рівень роботи мас-медіа Церкви має бути на рівні важливості з церковним співом, проповіддю (гомілетики), тому що зараз правила проповіді мають враховувати в соціальній комунікації. Довгі проповіді або з величезною кількістю думок нікому не цікаві, бо людина не може цього повторити чи зрозуміти.

Наша паства зараз є залежною від медіа. І це треба розуміти і враховувати. Має бути коротко, зрозуміло і чітко, і щоб «зачепило за живе». Діло має відповідати слову.

Р. С.

### **Ваші побажання стосовно вдосконалення пасторального служіння в Інтернеті. Які добрі приклади ми вже маємо?**

Т. А.

Якщо чесно, то на тлі світу ми багато в чому програємо. Зокрема в тому, що в нас є непрофесійний підхід до формування прес-служб. В нас дуже мало професійних журналістів працює в прес-службах. В сфері комунікації, мас-медіа має бути професійний персонал. Це можуть бути і священники, але наголос потрібно робити на професіоналізмі.

Ми маємо досвід «Живого Радіо», «Живого Телебачення». Величезним досвідом є особа Блаженнішого Любомира. З мого спілкування з світськими журналістами виявилось, що їм дуже бракує насправді живого спілкування з єпископами, священниками в формі якихось прес-конференцій. Журналіст міг би бути нашим прекрасним співробітником.

Відкритість, вміння спілкуватися з журналістами, слухати і почути – величезний досвід Блаженнішого Любомира, який відкривав до себе людей. Він



мав спеціальну комунікаційну недільну раду з провідних спеціалістів, експертів в сфері медіа, піарщиків, які могли давати поради, як комунікувати.

Зараз УГКЦ ще живе тим «шлейфом». Ставлення позацерковного середовища до УГКЦ загалом є кращим, ніж до інших церков, бо є значною мірою сформоване ще Блаженнішим Любомиром Гузаром.

Тому існує бажання щирості і відкритості відповіді, діалогу.

### *Додаток № 10*

#### **Інтерв'ю з о. Ігорем Яцівом**

4 жовтня 2018 р.

Інтерв'юер – Роман Стойко

Оповідач – о. Ігор Яців, Керівник департаменту інформації Української Греко-Католицької Церкви

Телефонна розмова

Р. С.

**Ваш коментар щодо історії виникнення і розвитку сайтів УГКЦ. Можна згадати почергово від офіційного, і якісь нові, які є більш такого інтерактивного характеру, як ДивенСвіт.**

о. І. Я.

Перша веб-сторінка, якщо я не помиляюсь, яка є загальноцерковна, мала відношення до Церкви, була створена напередодні візиту до України Папи Івана Павла II. Задля того якраз вона була зразу багатомовна, для того, що було багато незнаного про нашу Церкву, навіть про нашу країну. Для іноземних журналістів потрібно було комунікувати, потрібно було мати підставову базу довідкової інформації і так далі. Відповідно, виникла ця веб-сторінка, яка безумовно була корисною й активною під час візиту і після візиту. Також лишилась певним таким довідником, який містить і промови, і проповіді, і всі інші якісь матеріали. А з того моменту вже тоді було створено веб-сторінку Церкви офіційно. Вона

проходила різні етапи свого розвитку, була перероблена, принаймні за того часу, як я тим займаюся, двічі.

Р. С.

### **Роки можете сказати?**

о. І. Я.

Років я не пам'ятаю, треба обдивитись. Здається, ця сторінка, що зараз існує, вона з 2011 року, а попередня була мабуть з того часу, як я прийшов. Здається, з 2012 року був оцей сайт-трек з досить таки складною системою, бо вона не оновлювалась, відповідно було важко змінювати, додавати інформацію, а потреби такі були. Ось.

Р. С.

### **Офіційний сайт УГКЦ можна назвати центральним засобом масової комунікації УГКЦ?**

о. І. Я.

В основному, зараз так тому, що немає загальноцерковного якогось друкованого видання. Є деякі єпархіальні газети, журнали, які мають відношення до нашої Церкви, але це не є офіційні видання Церкви як такої. Тому офіційним загальноцерковним засобом масової інформації сьогодні маємо офіційний сайт. Однак, це є вузькоофіційний сайт в розумінні "ugcc.ua", бо, якщо я не помиляюся,десь три роки тому, можливо трохи раніше, ми отримали торгову марку, зареєстрували «ugcc», відповідно в нас є доменне ім'я першого рівня, і це доменне ім'я носить наш офіційний сайт «ugcc.ua».

Його важливість полягає в тому, що він несе офіційну інформацію, згідно партикулярного права нашої Церкви, законодавчі акти Церкви, тобто певні грамоти, декрети і рішення синоду загальноцерковного, так званого патріаршого великого. Вони вступають в дію після публікації на цьому офіційному сайті УГКЦ. Ось це є таки справді офіційне джерело інформації, офіційно про життя Церкви.

На сьогодні наш сайт є в трьох окремих веб-сторінках: вузькоофіційний (про який я вже згадував), інформаційний ресурс «ugcc.ua» і медіа-ресурс «ugcc.tv». Всі ці три сайти побудовані на одному двигуні та адмініструються з одного місця. До прикладу, якщо є певна новина з фоторепортажем, то прописуються певні команди і ця сама новина буде відображатись одночасно на медіа-ресурсі.

Р. С.

### **Щодо «Живого Телебачення». Чи Інтернет надалі залишається головним транслятором?**

Якщо взяти кількісно по аудиторіях, то все ж таки нехай буде це епізодично, тобто це раз на тиждень у суботу, але найбільшу аудиторію «Живе Телебачення» має навколо своєї програми «Відкрита Церква», яка транслюється на 5 каналі. Мінімальна аудиторія на сьогодні, за останніми розрахунками, складає 300 000 глядачів. Відповідно в Інтернеті ми ще таких цифр не маємо. Вони є доволі високими. Наприклад, прямі щонедільні трансляції з Патріаршого собору по «YouTube» за параметрами «YouTube» є добре відвідувані. Це ми можемо зрозуміти по коментарях, по кількості переглядів тощо. Якщо говорити кількісно, то щосуботня програма «Відкрита Церква» має більшу аудиторію, але це тільки епізодично раз на тиждень.

Отож, за об'ємом, якістю переглядів і висвітлення інформації, передовим безумовно залишається Інтернет, головні соціальні мережі, такі як «Youtube» і «Facebook».

Р. С.

**Ваш особистий коментар щодо ситуації в Україні стосовно популярності різноманітних піратських сайтів. Адже часто там можна зустріти і ресурси УГКЦ (більш аудіовізуальні матеріали часом на зовсім неочікуваних сайтах трапляються). Чи можна використовувати такі сайти для безкоштовного поширення власного матеріалу задля Євангелізації? Чи потрібно боротися за авторське право?**

о. І. Я.

В мене особисто це питання пройшло певну еволюцію. Це пов'язано найперше зі зміною носіїв інформації. На початку 2000-их ми почали робити аудіокниги з Блаженнішим Любомиром на компакт-дисках. Відповідно тоді я був би безумовно категорично проти передчасного розміщення в Інтернеті цього матеріалу. Адже на створення компакт-диску було затрачено церковні ресурси. Як мінімум, хотілося повернути затрачені кошти, а краще – отримати певний надлишок для розвитку інших наступних проектів. Коли ми звертались до благодійних організацій (а я міг це зробити один раз на першу аудіокнигу), вони мені справді допомагали. Потім всі наступні аудіокниги робилися завдяки вирученими коштами з продажу попередньої аудіокниги.

Таких аудіокниг з Блаженнішим Любомиром ми маємо 6 і вони лишилися великим надбанням, де наживо записано його голос, думки, міркування з різних напрямків: суспільних, релігійних, церковних і так далі.

Тоді була така моя думка категорично проти. Сьогодні ми маємо іншу ситуацію, бо фактично ніякого значення не має компакт-диск. Тому з метою поширення інформації і задля користі іншим я не маю нічого проти. До прикладу, колись я зробив власний диск Божественної Літургії з коментарем і його я справді зустрічав на різних ресурсах, навіть зовсім несподіваних, але він там є. Якщо це комусь корисне, якщо це комусь послужить, то нехай буде.

Р. С.

**Дякую. Якою є Ваша думка стосовно того, щоб все більше користувачів надають перевагу неофіційним сайтам, а паблікам, групам, соціальним мережам тощо. Як змінюється спосіб ефективного інформування користувачів?**

о. І. Я.

Справа в тому, що дійсність є такою насправді. Ми можемо висловлювати свої різні міркування, докази, заперечувати чи підтримувати, застерігати типу «заборонених листів і книжок не читати». Але насправді це є

той вимір сучасного доступу до джерел інформації і можливості комунікації, можливості зворотного зв'язку, те, що дає соціальна мережа, можливості впливати на сам зміст інформації, яку публікує певне джерело і так далі.

На мою думку, це не є погано, тому що створюється багатогранність і різноманітність – певне таке конкурентне середовище з офіційними джерелами. Відповідно, вони повинні також бути активними, брати до уваги тенденцію, якість написання, цікавість медіа-матеріалів і так далі. Є питання споживача інформації, питання довіри, перевірки достовірності інформації, яка подається. Тобто, сьогодні ми вже знаємо, що є продукти харчування, які приносять нам шкоду. І наш вибір: або ми їх стараємось уникати, або ми їх споживаємо, і ще й даємо дітям. Так само у кожного з нас є вибір, яку інформацію споживати і як критично відноситися до споживання цієї інформації, самого її змісту; чи просто сліпо репостити щось сенсаційне, не перевіривши ні змісту, ні джерела інформації. Адже багато сайтів є сумнівними, які фактично працюють тільки задля реклами, задля прибутку. Варто взяти до уваги, що в таких випадках ми стаємо посередниками поширення брехні, а це вже моральна проблема наскільки ми розуміємо з морального богослов'я. Ми несемо особисту відповідальність за те, що ми поширюємо у соціальних мережах.

Р. С.

**Дякую. Питання буде дещо філософського змісту. Один астроном і технолог сказав, що згодом одержимість Інтернетом мине, однак до того часу він стане невід'ємною частиною сучасної цивілізації, без якої не зможе існувати ні бізнес, ні торгівля, ні наука, ні мистецтво, ні сфера розваг. Отож, в такій перспективі, коли Інтернет стане або, можливо, вже став певною невід'ємною частиною суспільного життя, де ми можемо говорити про нездорову залежність, а де нормою постійного використання?**

о. І. Я.

Все напевно що залежить від користувача, від його обставин. Наприклад, якщо я використовую Інтернет для мого служіння (попри церковну, релігійну

діяльність, я ще публікую, пишу інформацію в соціальних мережах, на сайті тощо), то природньо я потребую його скрізь: вдома, в офісі, в департаменті інформації, на мобільному телефоні. Сказати, що це залежність, то напевно ні, але коли я замість того, щоб помолитись вечірні молитви чи приділити час сім'ї буду гортати «Facebook», а потім скажу, що я вже втомився і ніч настала, і я йду спати, тоді це залежність безумовно. Бо я просто шукаю розваг, просто хочу насититися тою інформаційною хвилиною, немовби, все хочу знати і нічого не пропустити. Залежність власне і полягає в тому. Але попри негатив, Інтернет має і корисні властивості. От візьмемо навігатор. Я, наприклад, використовую «Google maps», він мені найкращий будь-де. Тому що він подає точну, сучасну, актуальну інформацію.

Р. С.

**Дякую. Ви згадали тему інтернет-додатків. Хотів би декілька слів запитати за додатки нашої Церкви, які, на мою думку, є успішною новацією. Ваша думка стосовно них і чи є, можливо, майбутні проекти, які готуються для використання на різних пристроях?**

о. І. Я.

Я напевно не відкрию Америки, коли скажу, що у використанні більшості священиків, навіть у єпископів, я бачив календар «ДивенСвіт», який допомагає нам молитись часослов у місцях, де з собою часослова може не бути і це дуже вдала, правильна річ, яку зроблено. Вона сьогодні має максимум того всього, що потрібно для календаря: всі рубрики і читання, часи, вечірні тощо.

Особисто я мав відношення до розробки такого додатку, як цитати Блаженнішого Любомира. Це ініціатива з Вінниці, переважно локальна, тобто вона народилась в них, а не в нас. Ми нічого не замовляли, вони самі прийшли з ідеєю і проханням співпрацювати. Ми допомагали тим, що збирали цитати і групували їх. Такий застосунок ще існує.

Щодо інших, то я би сказав є проблема безумовно. Коли зайдемо в «App Store» чи в «Play market», побачимо такого продукту не забагато (особливо того,

що вийшло від УГКЦ). І це не є добре, це не враховує сучасні тенденції користування смартфонами і присутності тих смартфонів, починаючи від малих дітей, закінчуючи старцями сьогодні. Відповідно, цей напрямок потребує розвитку, якого зараз немає. І поки що я не знаю, хто тим наполегливо, системно почав займатися.

Р. С.

### **Це стосується також ігор для дітей і так далі?**

о. І. Я.

В «Play Market» є з Нового Завіту для дітей. Я так трішки глянув, чи все там в порядку...

Р. С.

### **Біблія?**

о. І. Я.

Ні-ні, це не просто Біблія, це типу дитячий Новий Завіт...

Р. С.

### **Це продукт Греко-католицької Церкви?**

о. І. Я.

Звісно, ні. На жаль, ні.

Р. С.

### **Зрозуміло. Розкажіть, будь ласка, про Ваш особистий досвід пасторального служіння в Інтернеті. Особливості, з якими Ви зустрічалися?**

о. І. Я.

Особистий досвід в пасторальному служінні є важливою складовою сучасного душпастиря. В мене була навіть така невеличка дискусія. Владика Борис Гудзяк був в нас гостем одної із програм «Відкрита Церква» Живого

Телебачення і йшлося про Великий піст, його духовність. Я його запитував про його піст від «Facebook», який він вже два роки поспіль провадить. І питання було доволі просте: «Чи добре, якщо всі побожні підуть постити від «Facebook»? Хто залишиться там під час Великого посту? Хто буде публікувати якісь роздуми, акценти, застанови? Хто допомагатиме людям?». Його відповідь була проста і зрозуміла: «Для мене це забирає багато часу, і тому, відповідно, мені краще в такий спосіб. Але, хто має силу волі, для кого «Facebook» не є такою проблемою витрати часу, то той може залишитися».

Потрібно використовувати все, де є люди, там має бути священник-проповідник. Так як було за часи Ісуса Христа. В часи проповіді апостола Павла ми це бачимо. Він йшов в портові міста там, де багато людей. Це була нагода для багатьох. Хоча і приватна духовна розмова є важлива, ніхто її не може замінити, але якщо йдеться про поширення Божої правди, то сьогодні соціальні мережі є тим амвоном, тою важливістю для проповіді, тим човном, на якому Ісус багатьом проповідував, щоб люди могли його бачити і однаково чути.

Подібно сьогодні, потрібно виходити у «Facebook» не тільки для того, щоб публікувати фотографії, але й пропонувати певні ідеї, роздуми, акценти, якщо не власні, то певні цитати відомих осіб, які настановляють, дають певні основи для роздумів. І це є один з вимірів душпастирського служіння священника сьогодні. Без цього він може бути звичайно і нормальним священником, сповідником, проповідником і так далі. Парафія поширює його аудиторію, його горизонт.

Подібне десь мені нагадалося. Колись була дискусія «Вартує чи не вартує робити онлайн трансляції Служби Божої в церкві?». Був один з аргументів, що не вартує, бо люди перестануть до церкви ходити. Мій аргумент полягав в тому, що якщо людина не захоче прийти до церкви, вона і так не прийде. Але якщо вона не захотіла прийти до церкви, знатиме, що там можна натиснути і принаймні краєм вуха почути, краєм ока побачити, а ще можна прислухатись до проповіді чи щось інше. Вона матиме таку нагоду. Це є для створення нагоди, а не для альтернативи.

Зараз більше актуальні онлайн трансляції, тому що в нас є заробітчани по цілому світі, де немає доступу до храмів; в нас є старці і хворі, які не мають



можливості прийти до церкви і т. д. Що поганого в тому, що Службу Божу в Патріаршому соборі одночасно через Інтернет бачать ще 1500 – 2000 людей в той самий момент. Наскільки збільшується аудиторія тих, хто готує проповідь цього священика, який буде проповідувати на цій Літургії. Наскільки ефективнішим є навіть приготування тої молитви, яку він мав перед проповідуванням.

Р. С.

**Чи є конкретна програма для священиків або мирян, яка може навчити такого капеланства в Інтернеті? Чи, можливо, вона відпрацьовується? Чи достатньо самоосвіти для компетентного служіння в Інтернеті?**

о. І. Я.

Є програми, які би мали запроваджуватись також в семінаріях. Те, що назвемо медіа-грамотність, умовно кажучи, тобто це радше практичні заняття, ніж теоретичні. Я не знаю, наскільки це вже зреалізовано, але така ідея, ба навіть таке рішення, що важливо семінаристів навчати в цьому плані, було. Організуються тренінги. Нещодавно в стінах вашої семінарії відбувся захід про богопосвячених осіб, новітні технології і можливості для Церкви. Тобто, такі речі є, було би бажання. Є достатньо різних моментів дистанційного навчання, заочного назвемо, а крім того, ми стараємося цю річ удосконалити, наповнити тим, що в нас було, а зараз ми її маємо відновити. До прикладу, в нас відбувалися тренінги для прес-секретарів двічі на рік.

Я десь розумію старших священиків, навіть осіб такого віку як я. Складно виглядають ці новітні виклики, впровадження. Але на прикладі інших, яким вдалося навчитися цим користуватися, бачимо, що це є важливо, правильно, корисно. Це нагода до реалізації свого покликання, коли ти виходиш за межі своєї церковної огорожі. Адже в «Facebook» можемо опублікувати свої певні роздуми, акценти чи цитату з недільного Євангелія – навіть тих два влучних речення можуть промовити для когось щось актуального, стати для когось

важливою нагодою для роздумів, для застанови, спонукою прийти до Сповіді і покаятися.

Часами може виникати сумнів: чому я маю це зробити? Можливо, це буде неправильно? Адже в Інтернеті багато бруду зустрічається... Коли будемо ігнорувати і нехтувати, коли будемо казати, що там бруд, таке все погане, там нема що побожній людині робити – це неправильно. Апостол Павло проповідував в різних місцях, де був і бруд, і аморальність, і все інше. Але він туди йшов, бо там були різні люди, йшов шукати ту одну заблукану овечку. То чому нам не використовувати для цього «Facebook»?

Р. С.

**Ви згадували про те, що були якісь постанови стосовно вишколу семінаристів? Де їх можемо знайти?**

о. І. Я.

Так, були. Минулого року нашою темою на Митрополичому Синоді була тема медійна – «Церква і медіа», на якій ми представляли теперішній стан, те, що в нас є, а також звертали увагу на необхідність такої програми в семінаріях для семінаристів.

Р. С.

**Де відбувався Синод?**

Це у Львові в Брюховичах.

Р. С.

**Релігійна журналістика і світська журналістика. Вони завжди можуть співпрацювати чи є такі моменти, коли Церкві потрібно сказати: тут ми не маємо права бути чи просто це не наш формат тощо?**

о. І. Я.

Якщо йдеться про співпрацю, то в нашій діяльності ми завжди дивимося на те, хто кому потрібен – певний ЗМІ нам чи ми їм для того, щоб себе

розкручувати або, можливо, навіть нас треба використати, щоб показати нашу точку зору; одночасно замаскувати багато іншого, що там публікується або привести додаткову аудиторію, якій хочуть радше пропонувати те, що було перед тим, чи після того буде опубліковано, аніж сам матеріал, який має якісь певні відомості.

Отож, питань є доволі. Я б не сказав, що існують загальні правила. Питання доволі індивідуального підходу, тобто конкретне медіа і конкретна його характеристика, його аудиторія. З однієї сторони, стараємося бути скрізь, бо це є нагода, але одночасно є певні ресурси, які можуть просто нас використовувати для своїх корисливих цілей. Тут не йдеться про гроші. Йдеться просто про обман того самого читача чи аудиторії, яка буде бачити цей ресурс і думати: «от, немовби, в них там є побожні, порядні люди, то значить нормальний ресурс».

Сьогодні, зважаючи на секуляризацію, яка стрімко в країні розвивається, за свій короткий період служіння 2002 – 2018 років, я побачив секуляризацію, яка присутня в медіа. До того ж, не готові медіа віддавати забагато місця для розміщення інформації на території свого веб-сайту. Виходить, маємо проблему в тому плані, бо вважається, що тема релігійна, церковна є мало кому цікавою сьогодні, при тому, що статистично стільки людей відносять себе до віруючих в Бога і визнають приналежність до церков, релігійних організацій тощо.

В Україні Церква відокремлена від держави, відповідно все, що релігійне виставляється за дужки програмного продукту телеканалу суспільного чи регіонального. Вважають, що це правильне рішення, адже є багато різних церков, релігійних організацій. Якщо запустять один об'єкт, то всі такого захочуть, а всім немає місця, не всі канонічні і т. д. Тому, щоб не входити в цю дискусію, маємо рішення таке, яке маємо, що на телебаченні, що на радіо. Це і є секуляризація медійного простору. Тому відповідно все, що будуть в нас просити, вартує розглянути. Тобто, чи коментар, чи інтерв'ю, чи сюжет, чи щось подібне.

Безумовно, будучи відповідальним, критично кажу, потрібно зберігати в голові, хто кому для чого потрібен, тобто, чи не хочуть нас часом використати для того, наприклад, щоб надати своєму матеріалу якогось забарвлення. Тому, я би не сказав, що мають існувати якісь правила, важко дуже узагальнювати.

Р. С.

### **Зрозуміло. Тобто, в кожній ситуації треба діяти за таким принципом?**

о. І. Я.

До кожної ситуації, до кожного медіа. Буває телефонують і просять інтерв'ю. Я досліджую, що то за медіа, чому, хто, як? Що публікується ним, в якому ключі? Адже моє інтерв'ю може бути по-різному використане. Як посередник я несу відповідальність. Наприклад, прийде до нас «Союз православних журналістів» і попросить інтерв'ю з Блаженнішим Святославом. Я розумію, що більше ризиків з того інтерв'ю, ніж користі, тому що вони направлені проти нас в різних публікаціях, матеріалах, використовують наші відеоматеріали без нашого дозволу, ілюструють під свої матеріали, ллюють бруд, неправду, брехню, розпалюють ворожнечу релігійну, міжконфесійну і так далі.

Р. С.

### **Що в перспективі вартує додати, змінити, вдосконалити в пасторальному служінні в Інтернеті? Можливо, є певні ідеї чи проекти на майбутнє?**

о. І. Я.

Перша річ – обов'язково потрібна така програма, хоч піврічна в семінаріях, щоб навчити хлопців. Не «посмакувавши» цього в семінарії, буде важко потім молодому священику розпочинати щось робити на місцях. Добрий вишкіл дасть знання і це вже не буде інтуїція, не буде метод наукового втику, а справді обґрунтовані речі, які є осмислені, які мають певне підґрунтя і ствердження, що ось так потрібно працювати. Є фахівці, які можуть ці програми проводити, є фахівці, які можуть ці знання передавати, конкретні, практичні і так далі. Тут важливо, щоб в навчальному процесі семінарії був передбачений час для такої дисципліни.

Друге, це не боятися виставити свою проповідь на вселюдні оглядини. Я сам був колись семінаристом, сам пам'ятаю, яке було хвилювання, коли мав проповідувати для своїх, і це напевно було більш страшніше, коли мені сказали

проповідувати в Соборі Юра для мирян. І я розумію, що там знайдеться немало скептиків, різних людей, які будуть критикувати, можливо, сміятися з мене. Потрібно просто розуміти, що я це роблю для святої справи. Не треба себе хвалити, що я найрозумніший. Усвідомлювати, що я це публікую, бо сподіваюся, що в той спосіб я можу когось спасти. Намагатися бути відважним проповідником, який не боїться поплисти на глибину, не боїться виставити себе на показ зі своїми переконаннями. Якщо ви служите для певних особливих неформальних груп – старатися шукати людей, які це вже роблять, черпати в них досвід.

Р. С.

**Дякую, отче.**

### *Додаток № 11*

#### **Інтерв'ю з п. Борисом Потятиником**

м. Львів, кафедра нових медій факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка  
8 жовтня 2018 р.

Інтерв'юер – Роман Стойко

Оповідач – п. Борис Потятиник, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри нових медій факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка.

Інтерв'юер – Слава Ісусу Христу!

Оповідач – Слава навіки!

Р. С.

**Перше питання, загальне. На Вашу думку, на скільки людина має бути вишколена у справах медіа, щоб займатися пасторальним служінням в Інтернеті, тобто священник чи мирянин, якщо би хотів займатися якісним проповідництвом Євангеліє?**

Б. П.

Я думаю, вишколення відбувається автоматично в сучасному світі і ми бачимо теж покоління, яке народилося в кінці 90-х, воно вже не потребує спеціального вишколу, тому що воно вже зростає з цими технологіями, тому вишкіл відбувається автоматично до того, як людина засвоює мову. Інша справа, що стоїть питання давати собі раду з великим напливом інформації. Для цього потрібна медіа-культура, медіа-грамота, вони взаємозв'язані між собою. Скажімо, певні поради цього плану теж доступні в мережі, вони не тільки у вищих школах. Наприклад, відключати повідомлення, «push-повідомлення», які автоматично з'являються і відвертають вашу увагу на смартфонах. Перейти на сірий колір, забрати з головного дисплею весь обсяг інструментів, інші речі, які можуть відволікати вашу увагу. Є такі поради, щоб зменшити спокусу відволікання. Але на загал 90% це є автоматично.

Р. С.

**Тут є справа в помилках. Коли написаний текст може нашкодити. В релігійній і світській журналістиці спостерігається, коли люди не компетентні або не в тому місці відправляють те чи інше повідомлення, тоді воно сприймається на шкоду.**

Б. П.

Що зробиш, люди вже переважно компетентні. Було таке, коли старше покоління відставало від молодого і це вперше в історії було. Переважно в технологіях і в знаннях старше покоління (вчителі, викладачі, взагалі старші) завжди домінували, але у зв'язку з комп'ютерною інтернет-революцією на початку 2000-х років, було таке вперше в історії цивілізації, коли молоді люди мали перевагу, були і винятки, але в середньому учні чи студенти мали перевагу над викладачами. Вони вважали, що це якісь застарілі люди, з якими вони мають справу і тут були певні проблеми. Але у життя вже увійшло покоління ваше, ви стали чи стаєте не тільки священиками, але вчителями, викладачами, тому того покоління вже нема. Це грамотні люди в сенсі технологій і молоді, і середнього

віку, які зараз працюють. Йдеться про те, що хтось відстає, то всі відстають. От, скажемо, Ілона Маска, вже оголосили, через один «твіт» необережний, попросили з голови «Тесли» Так само серед президентів є обережні, є ні.

Р. С.

**В якому випадку можна розраховувати на успішність Церкви і світських медіа?**

Б. П.

На моїй пам'яті, досить успішним у Львові прикладом була сторінка присвячена релігії, церкві в газеті «Експрес» – масове популярне видання. Воно не претендує на якусь особливу якість в сенсі, як ми говоримо про «Нью-Йорк таймс» чи «Вашингтон Пост». Але вона мала цю сторінку і це було доволі успішно. Це газета, яка має мільйонний тираж тижневий, є найбільш відомою україномовною газетою. Тобто є і в інших газетах відповідні рубрики, колонки присвячені Церкві, і я вважаю, що це добра співпраця.

Р. С.

**Ваш коментар стосовно того, що користувачі все більше надають перевагу неофіційним сайтам, а публікам, групам в соцмережах. Як змінюється і чи повинен змінюватися спосіб ефективного інформування?**

Б. П.

По-перше, всі нормальні медіа мають свої представництва в соціальних мережах, тому тут різниці немає, чи підписана людина в «Facebook», чи в іншій мережі на публік, скажімо, «ВІК» чи «Духовна велич Львова», чи ще щось. То тут різниці нема, там просто є певний скорочений варіант. Що стосується просто, що читають стрічку і друзів, тут ситуація міняється, тому що величезна проблема з фейками, про які говорять останні 2 роки. На мою думку, вона зараз сприяє тому, що люди хочуть мати більше перевірену інформацію. А вона є від людей, які працюють в редакції, які зобов'язані перевіряти інформацію. Ось цей факт

буде сприяти, на мою думку, що будуть віддавати перевагу публікам в соціальних мережах, офіційним медіа і сайтам.

Р. С.

**Якщо брати особисті сторінки, то люди їх деколи ведуть в певному стилі: фотографії, спілкування, роблять собі певний імідж, який приваблює певну аудиторію. Але не завжди аудиторія розуміє, що це тільки маска. Як навчитися відрізняти особисті сторінки, чи вони є чесні, чи штучні для певного впливу?**

Б. П.

Залежно від ситуації, є люди, які можуть мати певне роздвоєння не особистості, а свідоме використання 2-3 акаунтів і вони грають різні ролі. Я думаю, що, як і в першому випадку, це вже настільки відомі речі, що, коли дитина пройшла вже 12-13 років, то вона вже це десь чула, знає і автоматично засвоює, що імідж, образ це не обов'язково правдива версія тієї особистості, про яку йдеться. Багато людей, які ведуть активну діяльність в мережі, не наважуються писати під власними прізвищами, тому що це може привести до того, що вони підуть з праці чи можуть мати певні неприємності через твіти, пости. Тому вони пишуть під іншими прізвищами, які хтось знає, хтось ні. Під іншим і виражається інша сторона особистості, яку вони не можуть дати волю під своїм правдивим прізвищем бізнесмена, політика, якогось іншого діяча тих чи інших міркувань. Це певні цивілізаційні обмеження, які накладає суспільство на людину, так було і є.

Р. С.

**Можемо побачити багато спамів, вірусів, фейків, піратства та іншого інформаційного сміття в Інтернеті. Як старатися того уникати і хто відповідальний за те, щоб займатися таким просвітництвом користувачів Інтернету, щоб не піддаватися на різну брехню і не розповсюджувати її?**

Б. П.



Я думаю найгірше тут впливає мораль, якщо школа чи Церква застосовує будь-який моралізаторський тон, то це віддохочує багатьох. Деякі молоді священники вміють знаходити добрий тон в розмові, скажімо, з молоддю. Але такий традиційний тон, що в школі і в Церкві, то віддохочує, особливо молоде покоління, підлітків, серйозно віддохочує від слухання таких текстів. Тому це треба робити, висувати чи заохочувати до цієї справи людей, які мають до цього хист, талант і вміння працювати з молоддю і говорити їхньою мовою більш-менш. Не зовсім їхньою, бо чи викладач, чи священник, то трохи іншу роль грає, але я знаю приклад людей, які сприймаються не як нудні моралізатори, а як люди, що по ділу, справді, можуть поради. Що стосується всіляких курсів, то життя з кожною динамікою має купу різних парадоксів. Скажімо, в школах, вважається, треба робити уроки не для грамотності, не для освіти, не для культури, але з'ясувалося, що в Британії є покоління, яке вже давно десь перевищує очікування викладачів, це називається «*generation sensible*», «розсудливе покоління». Воно десь на половину менше споживає алкоголю, досліджено від 14 до 18 років, менше алкоголю, тютюну, наркотиків, дуже суттєво там різні ці артикули від половини до третини зменшення – просто вражаюче. Вони кажуть, що віддають перевагу тому, що сидять вдома, а спілкуються з коханими, часто молодь має вже у віці 15-16 років, але вони спілкуються переважно віртуально, зустрічаючись раз на тиждень, дуже обережні в справах якихось сексуальних. Кажуть, що вони розуміють, що вагітність небажана абсолютно змінить їхнє життя і вони абсолютно в цьому не зацікавлені, бо вони втратять своїх друзів, це все вони пишуть. Проводили опитування з кількома тисячами молодих людей, вражені були. Якщо вже йдеться про справи сексуального характеру, то вони вживають часто не один, а два презервативи. Тобто, якесь таке неймовірно розсудливе, обережне покоління, яке ставить питання, чи взагалі ця наша якась недолуга, нуднувата освіта, чи вона взагалі потрібна, мається на увазі, проповіді, казання. У школі викладачі і вчителі часто будуть це робити дуже нудно, не менш нудно, ніж священники в церквах. І це є ніби зайве, це ніби парадокс і це, що сталося в Британії, можливо, були дослідження в інших країнах, але Британія перша дослідила, воно пройшло в новинах. Часто позитивні сюрпризи можуть бути в

цьому напрямі. Бо ми звикли, що все гірше і гірше [з молоддю], треба їх стримувати, виховувати, тому далеко не так. Вони можуть бути краще, ніж моє покоління і, можливо, ніж ваше.

Р. С.

**Така ще цікава тенденція, якщо подивитися по соцмережах, то приблизно 5 років тому було видно, що для людей було важливо мати багато друзів, багато «лайків». Зараз хтось з психологів аргументує це як дефіцит уваги, не так важливо мати друзів чи позитивні відповіді, як рейтинг. Тобто, популярність, щоб ти був помічений, щоб коментували, не залежно чи в позитивну чи в негативну сторону.**

Б. П.

В «Facebook» та «Instagram», вони зменшили важливість кількості «лайків», а збільшили значення алгоритмів коментарів. Відповідно, якщо тебе коментують, як ви кажете, чи позитивно, чи негативно – ти стаєш більш видимий в мережі. В цьому сенсі, скажімо, скандальні коментарі, скандальні пости грають на руку рейтингів у мережі.

Р. С.

**Через те, що рейтинг більший? Якщо брати бізнес-компанію, тоді зрозуміло для чого піар-кампанія, а особиста сторінка, для чого воно потрібне?**

Б. П.

Якщо йдеться про наше середовище, ви візьміть 2000-й , то багато людей знають, що себе треба культивувати як бренд – особистість як бренд. Значення особистості в журналістиці зросло, людина вже може бути необов'язково в штаті якоїсь редакції, але через свої відео-блоги, коментарі, пости, вона здобуває таку популярність, яка дозволяє їй заробляти гроші і мати вплив. Людям треба те і те. Це потрібно людям, які вибудовують свою кар'єру через мережу.

Р. С.

Так, кар'єра це зрозуміло, але я цікавився у блогерів і читав їхню відповідь на питання: «Для чого ви реєструвалися в соцмережах, для чого ви займаєтеся популяризацією своєї сторінки?», то вони не займаються ні бізнесом, нічим на разі, можливо, це є дружина, яка просто сидить з дітьми, бавиться, займається домашнім господарством – вона все одно старається, щоб рейтинг її сторінки був високий і т. д.

Б. П.

Це інстинкт, який закорінений в психології людини, тому що людина хоче, щоб її слухали. Є інтроверти, яким це непотрібно, але це може бути інтроверт в спілкуванні такому, але в мережі він є екстраверт, і він хоче уваги. Тут є знову ж таки різні несподівані речі, але взагалі для багатьох людей є властиво самовиразитися, мати вплив, це природно в психології закладено.

Р. С.

**Якесь внутрішнє бажання?**

Якщо не кар'єра, то на майбутнє, цікаво випробувати або гра. Людині хочеться виграти, а тут ніби гра комунікаційна – скільки будеш мати конкурентів.

Р. С.

**Зрозуміло, що потрібно фінансування медіа, щоб був розвиток. Вертаючись до медіа в УГКЦ, особливо інтернет-медіа. Проблема, яка найбільше стосується офіційних сайтів, що вони не можуть бути конкурентоздатними і не можуть розміщувати рекламу через певні юридичні правила і загалом, це недопустимо, але якось треба популяризувати.**

Б. П.

Це може бути реклама, скажімо, якихось справ духовних.

Р. С.

## **Яка може ще бути альтернатива, щоб шукати місце для рейтингу і взагалі фінансово збагачуватися тим чи іншим джерелам?**

Б. П.

Це одна з таких базових проблем нових медіа, бо в міру того, як рекламодавець отримав прямий доступ через соціальні мережі до нас з вами, то він почав втрачати інтерес до медіа, які збирали аудиторію і продавали рекламодавцям. Маркетологи збирали нашу увагу і продавали, яку ми зібрали через свій контент матеріалу. Питання, що інформація є новою нафтою 21 століття і відповідно, такі гіганти як «Facebook» і «Google», повинні з огляду на соціальну важливість, соціальну відповідальність медіа в суспільстві, і духовної орієнтації, і світської, що вони є дуже важливими в суспільстві. І з цього погляду має бути якесь відрахування на медіа. Я думаю, що до цього дійде, так само як зараз обговорюється і експериментується з базою інтерботом, що люди не будуть мати роботу в розумінні як мають, багато з яких, не буде повний тиждень або на фрілансі більша кількість, або взагалі не буде. Ставиться питання про базовий дохід чи платити 500-700 тис. доларів всім, а хто хоче додатковий бізнес, самовираження, заробітки, то будуть це мати, хай собі пробують. Або, якщо це ставиться до базового доходу взагалі, платити всім, оскільки роботи дедалі більше роблять. Так само можна ставитися щодо медіа, ці речі можуть розвиватися стабільно, можуть втратити риси реалістичності через років 5 цілком. Ми бачимо, що крім України і найближчих східних сусідів, вже в Польщі, Угорщині, Румунії, не кажучи вже про західніші країни, публіка звикла платити за контент. Зараз в медіа 6% людей в світі принаймні 1 раз на рік платили за потрібний їм контент, матеріал: книжка, стаття і т. д. В Скандинавії це вже десь до 15%, 1/6 людей платить. Але це у всьому світі – 6 %, а коли йдеться про певні країни, то може бути шоста частина. Це відсоток людей, які вже передплачують, підписуються на оплату, тому це друге джерело фінансування. Чи це може стосуватися церковно-релігійних питань, то це досить серйозне запитання. Це швидше мусить вирішувати, чи буде там такий контент, за який люди будуть платити гроші. Або готові просто підтримати, бо вони вважають,

що церковно-релігійне видання є важливе і хочуть його підтримати. В даному випадку ми бачимо, що на багатьох сайтах є підтримка, також мають таку «кнопку». Також з Заходу це прийшло, не вимагають платити за матеріал, але одна з найбільш якісних газет світу англійських, британських, мають тільки таку кнопку, там окрім неї пише, що вони не мають грошей від олігархів, від багачів, вони не є спонсорами, що впливають на їхню політику. Але їм дуже складно працювати, тому просять підтримати. Якщо таку роботу будуть робити церковно-релігійні видання, то я думаю, що багато хто не буде принаймні думати в цьому напрямку і прийде час, коли підтримають.

Р. С.

**А ще проблема з піратством, якщо якийсь матеріал будуть викладати, він швидко може розповсюдитися по різних інших сайтах.**

Б. П.

Останні новини, які я читав на цю тему – це «Блог честі». Це те, що пройшло в сферу валют фінансової сфери і бачив говорять про те, що технологію можна застосовувати на багатьох сайтах і вже застосовують. От ця ланцюгова побудова на сайті не дозволяє просто так забрати, вкрати і т. д. Це те, що я читав на цю тему, що це можуть бути технологічні рішення, які більше будуть захищати матеріал.

Я думаю ми [Україна] не дуже відстаємо або і зовсім не відстаємо за використанням смартфонів, планшетів, тому якісь технології будуть потрібні, суспільство буде вважати, що воно потрібне, то дуже швидко. Це не обов'язково відставання в 5 років, як вважають відбувається, через 5-10 років вже тут. Ми бачимо в сфері інформаційній, що це може бути так само, як і там [за кордоном]. Немає ще «4G» або «5G» – це може затримувати певні речі, але взагалі інформаційна технологія перехоплюється і застосовується майже миттєво. Не обов'язково чекати [довго]...

Р. С.

**Залежить від адміністратора того чи іншого каналу?**

Б. П.

Думаю, що так. Якщо вони будуть пропонувати якісь системи захисту, бо поки це перші ластівки. Людина подумала "А чому це не використовувати в цій сфері, якщо це працює в фінансовій, якійсь такі речі?". Я навіть не уявляю архітектуру, як воно функціонує в інформаційній сфері, принаймні кілька матеріалів читав. Вважають експерти, що це перспективно.

### *Додаток № 12*

#### **Інтерв'ю з о. Ростиславом Пендюком**

м. Львів, Патріарший дім

9 жовтня 2018 р.

Інтерв'юер – Роман Стойко

Оповідач – о. Ростислав Пендюк, голова Патріаршої комісії у справах молоді УГКЦ.

Інтерв'юер – Слава Ісусу Христу!

Оповідач – Слава навіки!

Р. С.

**Отче, на Вашу думку, на скільки людина має бути вишколена у справах медіа, щоб займатися пасторальним служінням в Інтернеті?**

о. Р. П.

Відразу зі складного. Однозначно, є певні принципи, певні підходи, які треба знати, щоб працювати в медіа. Якщо ж розглядати соціальну мережу як системну працю, не як працю «якщо вдасться», то проповідь можлива не лише з проповідальниці, але також через мережу Інтернет. У нас в семінарії вчать проповідництва, як проповідувати з проповідальниці. Відповідно, ми би мали мати якусь базову підготовку, як нести Боже Слово в широкому розумінні цього слова. Для цього потрібна певна підготовка, хоча я не думаю, що це мусить бути

якась спеціалізована освіта, я припускаю, що якийсь добре підготовлений курс може для цього надатися.

Р. С.

**Можете розказати, як проводиться пасторальне служіння зараз в УГКЦ, таке загальне питання, приклади добрих сайтів, як «ДивенСвіт», які проекти успішні, які приносять плоди? Можливо, є певні недопрацювання? Якась стратегія на майбутнє?**

о. Р. П.

Я буду трохи песимістом в цьому питанні, бо не бачу великих позитивів тут. Я розумію, що на фоні інших спільнот, наша Церква не погано виглядає, але своїм дітям завжди кажу: «Не тіштеся, коли весь клас не знає відповіді на питання, а ви приблизно уявляєте, як на нього відповісти, не тіштеся тим, що ви кращі за них. У вас є проблема, що ви не знаєте справжньої відповіді на це запитання. І байдуже, що інші кажуть». Як на мене, то УГКЦ тільки починає входити в мережу Інтернет. Навіть цей початок в моєму сприйнятті є недостатній. Мені здається, що нам бракує, власне, відповіді на перше питання – у нас немає підготовки, системного підходу до праці. Той факт, що ми маємо сайти, він ні про що не свідчить і те, що ми є присутні в соціальній мережі, не багато про що свідчить. Буквально вчора чи позавчора, я був в Римі, на форумі мігрантів обговорювали дуже цікаву річ між собою в приватних дискусіях. Пасторально-міграційний відділ УГКЦ має в своїй структурі людину, яка працює з медіа, в тому числі з соціальними медіа. Та дівчинка Аня дуже добре це робить, вона сиділа на всіх засіданнях форуму, давала хороший зворотній зв'язок, писала докладно, що відбувається, будь-хто міг слідкувати за подіями форуму. І це класно, але, якщо подивитися на кількість переглядів, вподобань, то ми маємо проблему. Будь-який інстаблогер пише будь-що, не обов'язково дурниці, і тих вподобань відразу тисячі. Під нашими постами, наче добре зробленими інформаційними повідомленими, може бути 2-3 десятки, якщо дуже пощастить – 100. Ми говорили, одна писала якісь релізи і там поширення, і вподобання – це

ті, що присутні на форумі або їхні найближчі родичі, друзі. Тої аудиторії, яку ми хотіли зачепити – далеких людей, ми ж не зачепили, так виглядає.

Р. С.

### **В чому проблема?**

о. Р. П.

Проблема... Я не маю вичерпної відповіді, присутність мусить бути системною. Коли є якась подія, то ми настільки горимо нею: «пхаємо» в «Facebook», «Instagram», куди можна. Тиждень до: «Приходьте, хто можна, всі до нас!». Потім подія відбулася, ми пишемо, що «там поїли», «а тепер ми говоримо» – супер. Але подія закінчилася, як обрізало – нема. А подія алгоритму праці в Інтернеті, полягає в тому, що «Facebook» хоче тебе впізнавати, якщо «Facebook» тебе постійно бачить, він тебе впізнає, якщо він тебе впізнає, то він тебе показує, якщо ні – то не показує. Ми вибухаємо на кілька тижнів. І це не тільки питання постійності, питання розуміння аудиторії, дослідження аудиторії, питання, для кого ми це робимо, що цей хтось потребує. Якщо ми працюємо для молоді, то для якої молоді 16, 20 чи 28 років? Це все молодь і в них запити будуть зовсім різні і відповідно до них повідомлення мають йти зовсім різні. Зазвичай, ми працюємо для світу. А для всіх – це означає ні для кого, бо, наскільки мені відомо, будь-які професійні медіа, завжди мають чітко визначену цільову аудиторію, на яку вони орієнтуються, для якої вони працюють, хоч їх слухають всі. Я припускаю, що наші церковні медіа, взагалі такими речами не переймаються, відповідно, ми пишемо, що ляже на серце і це чудово, але не завжди працює. Мені здається, що нам трохи бракує того власне системного підходу. І в «ДивенСвіті» у нас така сама історія. Я не говорю про інших, а ми хороші, і наші сторінки в соцмережах «страждають» тією самою історією, буду чесний. Ми не знайшли поки часу та натхнення, щоб за це взятися серйозно, хоча є розуміння, що так би здалося.

Р. С.



**Стосовно особисто Вашого пасторального служіння в Інтернеті, тобто, як він Вам допомагає, починаючи з соціальних мереж, закінчуючи додатками, програмами швидких повідомлень («Viber», «Skype», «Messenger»...), як Вам виходить тим займатися, використовуючи їх на благо Євангелізації?**

о. Р. П.

Мені може трохи несподівано, я вже за це не думаю, бо ви ж мене не питаєте, як мені допомагають ручки або зошити, бо хіба можна без цього. Вибачте, це вже не питання. Це вже як повітря, воно є. Часто на зустрічах зі священниками говорю, що ми все ще інколи хочемо подискутувати про моральні принципи Інтернету, але це дурна дискусія. Дискутувати про Інтернет немає сенсу, бо він є. Він вже настільки є, що вже все. Ти просто береш і використовуєш його. Звичайно я ним користуюся і в багатьох моментах він дуже допомагає, дуже спрощує попри те, що я не є страшенно зірковим, навіть в тих соціальних мережах, але я бачу, що люди розуміють, чим я займаюся, навіть сторонні, з якими я не часто перетинаюся, вони орієнтуються, що я роблю, де я буваю. Месенджери – це зовсім інша історія, до певної міри це спосіб спілкування, мені інколи простіше написати, ніж подзвонити. Мабуть є люди, яким інакше, але мені так. Можливо тому, що коли пишеш маєш більше можливості обдумати, що говориш, тому з багатьма людьми контактую з посередництвом: «Facebook» «Messenger», «WhatsApp» або «Viber» – це дуже допомагає.

Р. С.

**Слідє наступне питання, отче, якщо Інтернет так проник в наше життя, то де відрізнити залежність від нього – шкідливе та те, що він є частиною життя з позитивної сторони?**

о. Р. П.

Порівняно з будь-якою іншою залежністю, це кожен мусить вирішити сам. Не думаю, що можна прописати «Моральний кодекс користувача Інтернету», в якому чітко вказати, якщо користуєшся до години часу, то ти молодець, якщо більше трьох годин – страшний грішник, іди сповідайся. Не думаю, що так є, бо

є люди, які лише півгодини на день користуються Інтернетом, але за півгодини встигають наробити стільки дурниць, а є люди, які 5 годин користуються, але всі використовують для чогось доброго і світлого. Залежність, як з їжею, вона не є, ні добра, ні погана, але ми не можемо без неї жити. Хтось є залежний від їжі, а хтось ні, комусь їжа служить, щоб нормально жити і функціонувати, а для когось – це фетиш. Так само з Інтернетом, треба мати духовне життя, щоб це зрозуміти. Людина, яка живе з Богом, яка молиться, вона намагається узгоджувати свої порядки на день і узгоджувати з Богом, то думаю, ця людина зрозуміє, коли забагато. Мені інколи буває забагато, я мушу визнати, що я деколи вбиваю час і при тому, що в мене його дуже мало, а я вбиваю його на зайві речі, і це моя внутрішня боротьба, якщо чесно.

Р. С.

**Які ще можуть бути виклики перед пасторальним служінням в Інтернеті?**

**Яких помилок можуть допускатися ті, які займаються свідченням Євангелізації і т. д.?**

о. Р. П.

Перша річ: треба завжди детально думати, що ти пишеш чи постиш, кажуть, що в Інтернеті нічого не губиться. Ніхто не може пояснити, як це функціонує, але жодний допис, який з'явився на долю секунди – залишиться в Інтернеті назавжди і його неможливо видалити. Можливо, десь в себе на сторінці, але він десь функціонує назавжди, тому треба дуже ретельно думати, що ти пишеш. Треба зважувати, як на це можуть подивитися інші люди, тому що те, що для тебе є очевидним, не факт, що є очевидним для всіх. Недавно був приклад: один священник написав допис, цілком щиро, якісь абсолютно нейтральні речі, але в цьому дописі зачепив інтереси певних груп людей і з цього вийшла дуже величезна буря. Тому тут треба бути дуже виваженим.

Ще одна небезпека, на мою думку, вона загалом стосується Інтернету, але більше соціальних мереж. Це усвідомлення того, що коли ти щось пишеш і отримуєш зворотній зв'язок, це не означає, що так виглядає весь світ. Ще один

приклад: одна журналістка-товаришка ще кілька років тому ділилася побаченим соціологічним дослідженням, що бодай 80% українців не виїжджали за межі своєї області. Вона писала, як це можливо, коли в неї 3 тис. друзів і майже всі по кілька разів їздять закордон, і їй здавалося, що якщо 3 тис. людей так роблять, то всі так роблять, але ні, не всі. Твої друзі в соціальній мережі – це не весь світ, а тут завжди небезпека. Бо я поставив запитання «Чи ви молитесь ввечері?», умовно у «Facebook», написав і в мене там 90 відповідей з яких більшість – «Так, молюся», який я роблю висновок: у нас побожні українці, всі моляться вечорами. Але ні, не всі, ти собі вибрав тих друзів, які ти собі маєш, бо вони священики, парафіяни і т. д., але це не весь світ, не можна на основі цього робити висновки.

Третя річ, на яку я би звернув увагу – невміння якісно використовувати цей ресурс, тому що знову ж таки, наша парафія має сторінку в Інтернеті, має сторінку у «Facebook». Молодь нас надихнула, ми створили сторінку в «Instagram». Ми працюємо в Інтернеті – працюємо, ми молодці – ми молодці. Дивися, який з цього результат, що ти з цього маєш. Коли медіа чи бізнес ведуть свої сторінки чи соціальні медіа, вони дуже ретельно аналізують, а що з цього виходить. Вони, навіть, щось рекламують, витратили 50 у. о., вони дивляться, що вони з цього мають. Отримали 200 відвідувань в їх магазинах, порахували і «нам це вигідно», якщо ні, то даремно витрачені гроші. Ми не дуже аналізуємо, бачу, останнім часом, з'явилася тенденція, священики проповідують, тримаючи телефон перед собою. З одного боку – це добре, бо ми є дедалі частіше і більше присутні в Інтернеті, з іншого боку, було б добре, якби цей священик спитався, а як це мало б виглядати насправді. Я погоджуюся, що зараз, щоб бути в Інтернеті, не потрібно якоїсь професійної техніки, підсвітки і т. д. Справді, можна ось так, а є для мене дуже показовий о. Адам Шустак, в Польщі – він геній в цьому питанні, добрий приклад того, якби Церква мала відноситись в Інтернеті. Інколи він це робить так [позіхаючи] «... Ахх, доброго ранку!». Але він робить це дуже системно, правильно, розуміє, як це робити, виставляє відео в «YouTube» і за 2 дні 100 тис. переглядів. Як наслідок, коли він приїжджає будь-куди, якщо відомо, що він буде служити Літургію в якомусь соборі, там молодь заповнює той собор – це тисячі. Це дуже допомагає, але треба вміти це. Це третя небезпека, яка

полягає робити це абияк. Сам факт, що ти це робиш. Повернемося до того, як з проповіддю, той факт, що ти вийшов на проповідальницю і щось говорив, це ще не означає, що ти несеш Боже Слово. Можна вийти на проповідальницю і що два слово говорити, що Господь Наш Христос і Матінка Божа, і дуже активно віддаляти людину від Бога. Якщо говорити дурниці переплетені з правильними словами, то це не обов'язково наближає людей до Бога.

Р. С.

**Які Ваші коментарі стосовно того, що багато користувачів віддають перевагу не офіційним сайтам, а групам, публікам, приватним сторінкам в соціальних мережах. Як змінюється чи повинен змінюватися спосіб інформування?**

о. Р. П.

Я вважаю, що зараз мало хто може спрогнозувати, що буде відбуватися тут через 5 років. Але я вам скажу чесно, буквально тут в сусідньому приміщенні два тижні тому сиділи з нашою Танею Трачук, яка займається сайтом «ДивенСвіт» і ми говорили про те, що можливо потреба сайтів взагалі зникне. Ми тільки вчимося їх створювати, а вони вже, можливо, будуть зникати. Я вже зараз не бачу великої [користі] в сайтах.

Р. С.

**... Тримати файл-архів.**

о. Р. П.

Якось так, там логістично простіше з сайтами, тому що ти хочеш мати тематичний сайт, і ти на ньому все зробив. Зараз заходи на сайт вже давно є в мережах, люди вже мало що в «Гуглі» шукають, шукають багато, але заходи на сайт це 80-85% – соціальні мережі. Це дуже міняється, мені здається нам як Церкві потрібно слідкувати за цими речами, вивчати їх, бути в тренді. Те, що зараз ви говорите: мені ближча тема молоді, якщо ми хочемо бути актуальними для неї, наше місце в «Instagram», не в «Facebook» вже, бо там живе молодь. Вони

там зараз, станом на осінь 2018 року, більшість молодих людей, вони є в «Instagram», вони там публікують «сторіси», роблять опитування, переписуються, і якщо нас як Церкви в «Instagram» не має, то ми на їхні радари не потрапляємо. І це навіть бачу, деякі священники, я знаю один отець, він навіть робить молитву в «Instagram» – отець зі Скали-Подільської. І це йде, там повно людей це дивиться, багато людей підписується. Я не виключаю, що якщо ми зустрінемося з вами через рік, «Instagram» буде на заході своєї кар'єри. Буде вже щось інше в тренді, на жаль чи на щастя, ми живемо в дуже мінливому світі, раніше було простіше, я пам'ятаю ще той час. Коли все було наперед на рік на два відомо, зараз цього невідомо. Просто треба вміти слідкувати за цим.

Р. С.

**І останнє питання фінансування церковного медіа. Звідки сайт чи будь-який Інтернет-канал може черпати фінансову підтримку, окрім реклами? А взагалі, коли Церковні сайти розміщують собі рекламу, то вона трошки негативно впливає на відвідувачів. В який інший спосіб можна робити альтернативу?**

о. Р. П.

Дивіться, як я це бачу, то ні в який. Насправді і реклама тут не допомагає. З того що мені відомо, реклама – це теж така штука, бо рекламодавці свої гроші вміють рахувати і вони розуміють, що якщо з реклами на їхній сайт зайдє 100 тис. людей, то їхніми клієнтами стане від сили 1-2 тис. Їхня корись не така вже і велика, відповідно ми можемо запропонувати 100 заходів або 500, то кому така реклама цікава, якщо вони мітять категоріями сотень тисяч принаймні. Відповідно, є інструменти «Гугла», який це робить просто розкидаючи на різні сайти ту саму рекламу. Наскільки мені відомо, ще ніхто на цьому серйозно не заробив з церковних сайтів. Тому більшість церковних медійних проєктів існують за кошти жертводавці. І це, як на мене, одна з дуже великих проблем, тому що це не правильно. Рано чи пізно жертводавці скажуть стоп, не можуть вічно фінансувати. Треба шукати багато різних джерел, бо це не бізнес. В Україні

медіа не є бізнесом, навіть найбільш розкручені, їхніми власниками, як правило є просто заможні люди, яким треба мати свої медіа через різні причини.

Р. С.

### **Люди не платять за медіа?**

о. Р. П.

Люди не платять за медіа, телевізійні канали вони всі є збиткові. Вони заробляють якісь гроші. Якусь частину своїх видатків поривають за рахунок реклами, але якщо б вони тільки на цьому функціонували, то б давно позакривалися. Вони просто сидять на дотаціях своїх власників, які заробляють на чомусь іншому. В Україні є зовсім небагато прибуткових медійних проєктів, тому годі говорити, щоб церковні медіа були прибутковими. Я не знаю, як це вирішити. На мене грюкали на цю тему, бо треба щось робити. В нас є не зовсім медійний проєкт, але «ДивенСвіт Календар». Це популярна «папка», якою користується багато людей. Мені пропонували навіть з приводу Церкви, її зробити платною. Але по-перше, я не можу це зробити самовільно, бо не я один мав участь в їх поставанні. Є люди, які фізично рвуться, але перепрошую, все роблять, укладають тексти, а потім ці всі тексти завантажують на платформу і передають далі. А це багато глини праці, так от, ці люди не хочуть, щоб цей проєкт був платним. І я не можу їх змусити, хоча я припускаю, що паралельний варіант існування того самого додатку в безкоштовній і платній версіях, просто для тих, хто хоче підтримати. Все буде те саме, але якщо ти хочеш підтримати, то буде, наприклад, 50 грн. Для когось це не великі гроші, але якщо буде 1000 по 50, то вже можна буде платити людям, які це роблять. Насправді гроші це дуже великий виклик, тому що ми говорили з вами про системні підходи, взагалі до медійного. Я недавно мав розмову з однією людиною, яка професійно працює з піаром, промоцією. Ця людина могла давати користь і я пропонував долучитися до нас якимось чином, та це не входило вже в її плани. Але я запитався: «Якщо би ти до нас йшла, то на яку суми ти би розраховувала, як винагороду?», у відповідь було «1000» – і не гривень, а це «космос». Наскільки мені відомо, то таку

кількість грошей ніхто не виділить. І це теж виклик, з яким треба рахуватися. І ми розуміємо, що якщо ми хочемо професійних схемних підходів, то ми маємо рахуватися, а звідки ми маємо платити, я не знаю. Але це вартує, якщо професійна людина хоче 30-35 тис. зарплати, а у нас людина умовно на рік отримує 35 тис., то, відповідно, яких результатів ми можемо очікувати. І це теж виклик, з чим Церкві потрібно буде дати раду, якщо вона хоче бути актуальною.

Р. С.

**Ви згадували про додаток. Зараз є багато інших додатків, можливо, не настільки популярних. Календар зараз найуспішніший проект, який був. Скажіть, як виникла ідея і можливо є якісь нові ідеї створення програм?**

о. Р. П.

Я вже не пам'ятаю, як він виник, насправді це була праця багатьох людей. Все почалося зі звичайного календаря, який був в онлайн на сайті. Потім з'явилася думка, що в кожний квадратик можна було б додати більше інформації, і воно якось пішло. Це ентузіазм і праця багатьох людей і ці люди часто залишаються невідомими. Але вони це роблять, бо вірять в це. І це особливо боляче, коли читаю відгуки і хтось незадоволений неправильно поставленим наголосом чи не тим словом в тексті. Чоловіче, якщо б ти розумів, що ці тексти «руцями» робить людина, яка не отримує за це жодної винагороди і робить це по ночах, то подумай, чи ти хотів би критикувати таку людину?! А щодо нових проектів – буквально перед тим, як ми з вами зустрілися, я говорив про один проект, який вже почав втілюватися, це буде не дуже великий проект. Це ще один мобільний додаток, який допомагатиме людям швидко знаходити спільноту. Це така карта спільнот, де швидко можна її знайти і зрозуміти, чим вона займається, і де її шукати, якісь контактні данні і т. д. Якщо дасть Бог, то до кінця цього року – початку наступного цей додаток з'явиться. В моїх мріях є такий мобільний додаток, який був б універсальним інструментом для душпастиря молоді. Один додаток, в якому ти можеш знайти все: програми для праці з молоддю, пісенники, необхідні відео, інструкції, адреси, все, що може послужити в першу чергу

душпастирю, який працює з молоддю, молодіжним лідерам, які десь у спільнотах. Я розумію, що це досить великий проект і як кожен ІТ- проект – коштовний, тому спершу мусимо це все окреслити (що саме там має бути), а потім подавати запит на розробку такого проекту. Може, дасть Бог нам це вдасться.

#### *Додаток № 14*

### **Інтерв'ю з п. Наталкою Габор**

м. Львів, кафедра нових медій факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка

11 жовтня 2018 р.

Інтерв'юер – Роман Стойко

Оповідач – кандидат філологічних наук, викладач факультету журналістики ЛНУ імені Івана Франка та кафедри журналістики гуманітарного факультету Українського Католицького Університету.

Інтерв'юер – Слава Ісусу Христу!

Оповідач – Слава навіки!

Р. С.

**На скільки людина має бути вишколена у справах медіа, щоб займатися пасторальним служінням? Наприклад, мирянин чи священник, який би хотів проповідувати Євангеліє в Інтернеті? На Вашу думку, на скільки він має бути компетентний, щоб ця діяльність була якісною, доброю, щоб вона не приносила шкоду?**

Н. Г.

Напевно, потрібно почати з того, що зараз кожен має бути вишколений в справах медіа, якщо він хоче бути хоч трохи значимий у суспільстві. Колись нас вчили, що жити в суспільстві, бути від нього незалежним не можна. Зараз те саме, тільки потрібно брати до уваги медіа. І раніше це зрозуміли на Заході і в Америці,



де зокрема немає обов'язкових предметів, тобто не можна заставити якусь школу брати якийсь предмет. Предмет медіа-грамотності, який в них звучить «media literacy» і в нас переклали, як медіа-грамотність і медіа-освіта, і медіа-просвіта. В нас теж починають вводити ось кілька років тому як експеримент, було в деяких колах України запроваджено.

Р. С.

### **У Львівській області було?**

Н. Г.

І у Львівській області було. Зокрема, і в Києві починають все більш програм і підручників, посібників, пропонувати власних, перекладати зарубіжних. В США це почали робити швидше. Підхід до того, якою має бути медіа-програма для населення є різним в різних країнах. Так, скажімо французи, радять вчити дітей зі школи користуватися добре технікою і виховувати дітей на найкращих зв'язках художньої продукції документалістики.

По- перше, їм ніколи не дозволять дивитися низькопробну продукцію, а, по-друге, їх вчать самим хоча би трошки естетично вміти знімати і це виходить те, що вони екранну продукцію якісно споживати не будуть. Це мало би дати такий результат. В Росії навіть є напрямок з захисту дисертацій медіа-грамотності – це педагогіка і вони виходять з напрямку кінокритики.

В Україні зробили такий змішаний підхід до того і війна наклала зараз свій відбиток, і зокрема, напрямок медіа-грамотності передбачає вміти відрізнити фейки, вміти розуміти, коли вам замість інформаційних текстів підсувають пропагандистські тексти, тобто, такий в нас напрямок. Але це в силу таких обставин, в яких перебуває Україна. Тобто, я веду до того, що все населення повинно бути медійно грамотним. Колись, власне, наш завідувач, навів такий приклад в одній із своїх публікацій: це так як от не можна користуватися праскою і не прочитати до неї інструкції, бо можна спалити.

Так от, ми перебуваємо зараз в таких умовах, коли не можна жити в інформаційному суспільстві і не вміти грамотно користуватися можливостями

цього суспільства. А якщо люди хочуть займати ще і якесь значиме місце в суспільстві чи бути тим, кого на Заході називають «opinion lidere». Тобто, лідери громадської думки, і священники належать насамперед до них. Тому вони мусять знати за якими, власне, правилами жити в цьому суспільстві.

Р. С.

**Дякую. На Вашу думку, на чому найбільше має акцентувати Церква в просвітницькій діяльності?**

Н. Г.

Знаєте, я не хочу «лізти не в свою парафію» і мені здається, що Церква повинна найбільше акцентувати на тому, що зараз твориться в суспільстві, тобто Церква відчуває, що в суспільстві в цей момент важливо і про то варто говорити. І тому мені важко давати якісь поради, це так само як і ми, викладачі, тобто, в нас є якась своя програма, але якщо ми бачимо, що в цей момент в ефірі щось таке, на чому варто акцентувати увагу, ми відходимо від того, що планами прописано і говоримо про інші речі. От так само Церква, я думаю, сама має відчути, про що їй треба говорити і що болить зараз в цей час суспільство.

Р. С.

**В якому випадку, на Вашу думку, можна розраховувати на успішну співпрацю Церкви і світських Інтернет-каналів?**

Н. Г.

Насамперед, повинні бути теми, які для суспільства в цей час є наболілими і друге, напевно, не боятися проблемних тем. Церква повинна познімати для себе табу і говорити на всі наболілі теми, на всі незручні теми і говорити цікаво. Я свого часу була долучена до дитячого журналу «Зернятко». І монах, в якого виникла ідея цього журналу (я й досі захоплююсь тим, на скільки він відчував всі потреби того, що він поєднював в «Зернятку»), не маючи ніякої освіти, відштовхувався від релігійного свята, до якого видавали «Зернятко» і переходив на наболілі проблеми суспільства в той час. Більше того, пропускаючи через

себе, він звертався до дітей. І для мене це була дуже така щира розмова з дітьми, про наболілі проблеми, навіть світські видання на той час не змогли це зробити. Тим більше, священники могли б зараз таким займатись.

Власне, ви почали ваші запитання із технологій, наскільки потрібно вміти володіти технологіями. Звичайно, технологія не сама ціль, але в нас, наприклад, є молода особа, яка досліджує журнал «New Yorker». Журнал «New Yorker» паперовий, класичний, традиційний журнал для заможного ньюйоркця, в основному чоловіків, які за віком 45+. І ось, на якомусь етапі видавці журналу розуміють, що чоловіки 45+, які готові читати паперові журнали виходять в минуле і підходять молоді, яким підійде до 45+, але вони не навчені читати журнали. Що робить журнал? Журнал переходить в Інтернет, він починає писати чи публікувати ті теми, які цікавлять молодших чоловіків, вони починають працювати у «Facebook», де вони працюють з ще молодшою аудиторією. Для чого? Для того, щоб виховати собі аудиторію, яка, коли підійде до віку 45+, буде готова читати «New Yorker».

Для мене це ідеальний приклад того, якби мала працювати Церква. Вони бачать свою молоду аудиторію, яка зараз у «Facebook», значить, вони мають працювати у «Facebook». Якщо вони бачать свою аудиторію, яка зараз готова увімкнути там Інтернет-радіо і слухати – значить варто бути там.

Я не кажу, що всі священники мають іти туди, не всі журналісти мають працювати на радіо, не всі журналісти можуть працювати на телебаченні, відповідно, це не має бути вимога до всіх священників. Але якщо комусь Богом дано володіти словом настільки добре, що він буде добре виглядати в Інтернеті, ТБ-кадрі чи володіти радіоаудиторією, то, напевно, їх місце там. А хтось інший буде говорити тільки з амвону.

Р. С

**Скажіть, будь ласка, які Ваші коментарі стосовно того, що все більше користувачів надають перевагу не офіційним сайтам, паблікам, групам в соціальних мережах і т. д. Як змінюється і чи повинен змінюватися спосіб ефективного інформування?**

Н. Г.

Він буде змінюватися незалежно від того, що ми думаємо. Зараз популярний «Facebook» і, очевидно, там є аудиторія. Напевно, якщо є потреба цю аудиторію охоплювати, то треба йти за нею. Ну пройде ще якийсь час, особливо у зв'язку з тими скандалами, які пов'язані із «Facebook», викрадення чи перепродаж інформації, і, напевно, це якось відверне аудиторію. Колеги із Західних університетів кажуть, що в них зараз катастрофічно падає кількість людей у «Facebook». Якщо воно дійде до нас, напевно, в нас буде зменшуватися аудиторія, я думаю, що ще якихось там 10 років тому хто би міг подумати, що ми будемо сидіти і читати новини у «Facebook». Напевно, очевидно, що за якихось там 5 років, з'являться інші платформи, які будуть цікаві молодим людям і, напевно, де варто бути присутнім.

Я дуже тішуся, що Церква є в Інтернеті, тому що, коли тільки з'явилося це середовище Інтернет, я не забуду, як ходили різні такі чутки, що це от таке середовище розпусне, диявольське. І раптом, коли вперше виставили промову Папи в Інтернеті, почало змінюватися до нього ставлення. Виявляється, що це таке саме середовище як те, в якому ми живемо. Що в ньому може бути наука, може бути Церква, а може бути і розпуста. Залежно від того, хто що шукає. Тому, що більше там буде присутнє Боже Слово, тим краще, незалежно, з яким платформ воно буде йти.

Р. С.

**Проблема спаму, вірусів, піратства і т. д. Як старатися цього уникати? Адже спостерігаємо таке саме і серед церковних інтернет-джерел. Чи духовенство, на Вашу думку, має займатися просвітницькою діяльністю щодо уникнення цих проблем. Як це можливо [зробити]?**

Н. Г.

Я дуже боюсь залазити на чужу територію. Ну напевно, Церква має пояснювати все, що відбувається в світі довкола нас і знаєте, якщо можна

підкладати соломку там, де їх парафіянин може впасти. І ті самі фейки чи та сама пропаганда.

От колись, напередодні виборів, коли Ющенко йшов на вибори, то пригадується, були такі випадки, коли брали, наприклад, телефонували серед ночі 2-3 година з закидами «голосуйте за Ющенка». Зрозуміло, якщо ви навіть дуже хотіли за нього проголосувати, а вам два-три рази дзвонили, то навряд чи ви б пішли за нього голосувати. В кращому випадку ви, мабуть б, не йшли і не голосували ні за кого. Але логічного, я живу в своєму районі, де на першому поверсі є дуже багато квартир. І от ти прокидаєшся серед ночі, і знову в тебе на вікні плакат з портретом політичного лідера, за якого можливо ти б проголосував і ти його не можеш віддерти, як з лобового скла машини. Якраз це дуже часто робили. Я живу в районі Церкви святого Миколая і я так думаю, що якщо б людям пояснили, що це роблять з точністю до навпаки, то вони б за тих лідерів не проголосували. Ну було б не зле і люди могли б зрозуміти, що то працюють проти них. Якщо це проблема в суспільстві, то чому б Церкві про це теж не сказати.

Р. С.

**Питання стосовно інтернет-залежності. Бачимо, як Інтернет проникає в наше життя. Це вже засіб такий, без якого наше спілкування важко уявити і в роботі, і в побуті, і в розвагах і т. д. Тобто, де бачити різницю між залежністю і як навпаки тим, що є добрим засобом для комунікації?**

Н. Г.

Напевно, кожна людина має якийсь свій ліміт. От я теж, напевно що залежна від Інтернету, тому що найцікавіші бібліотеки, найцікавіша інформація є в Інтернеті. Тому, що я зі студентами спілкуюсь через Інтернет. Я з колегами іншими спілкуюсь через Інтернет і навіть це не від того, що я залежна психологічно, а від того, що цей ресурс допомагає вирішити багато моїх наукових і побутових проблем. Але в мене є мій ресурс – очі, які починають на якомусь етапі випадати. Так я собі ставлю ліміт. Але скажімо діти про це не знають. Якщо дитина там шукає як краще зробити уроки чи сидить відпочиває,

вони ж зараз, наприклад, грають ігри і до цих ігор вони можуть залучати своїх колег з Британії, Америки. І це для деяких дітей стає стимулом, щоб вивчити мову. Інша справа, щоб батьки принаймні орієнтувалися, що то за ігри і чим займається дитина. І з іншого боку, звичайно, щоб воно не вплинуло на здоров'я, тому що, якщо дитина сидить в темноті і грає за маленьким екраном, то зір звичайно від цього псується.

Р. С.

**Приблизно 5 років тому в соцмережах було важливо мати багато друзів, «лайків». Зараз проявляється такий дефіцит любові, дефіцит уваги через втрату рейтингу, прагнення мати багато переглядів, бути популярним, чи в позитивному розумінні, чи негативному. Який коментар можете дати стосовно цього? Чи це добре, і що ми можемо з цим зробити?**

Н. Г.

В мене в голові кілька напрямків одразу. Перше, що прагнення популярності і різновид такої самореалізації через соцмережі є, напевно. Проте, коли в тебе є певна кількість відвідувачів, то можуть запропонувати поставити рекламу і це спосіб заробітку. Тому, тут таке приємне з корисним можна поєднати. Але я погоджуюсь, що для декого це якісь там реалізації власних амбіцій, якщо я не зреалізований і в реальному житті, я можу зреалізувати себе через «Facebook». Більше того, я знаю таких людей зі свого близького оточення, які в реальному житті дуже розумні, цікаві люди, [але] дуже замкнуті і вони зовсім тобі нічого не розкажуть про себе, про своє життя, про своє минуле, про свої проблеми нинішні. Зате вони це все виставлять у «Facebook». Тобто, вони не готові ділитися проблемами в реальному житті, але вони готові сповіщувати ці проблеми в «Facebook». Не знаю, чи добре це, чи погано, але напевно добре. Психологи даремно кажуть, що потрібно виговорюватись і це можливо є спосіб виговорюватись, точно знаючи, що тобі ніхто нічого не заперечить або ти можеш видалити ці заперечення чи не читати їх.

З іншого боку, потрібно бути у «Facebook» обережним. Ну, наприклад, я завжди сперечаюсь зі своїм чоловіком, який всіх, хто йому дав запит в друзі, автоматично додає. Я цього не роблю тому, що я на цьому вже «попеклася» одного разу. Я автоматично «зафрендила» [додала в друзі], а потім мені виставляли різну гидоту на «Facebook» і я дуже довго не могла це видалити. Це були віруси, які там поширювались, причому порно-характеру і я мала з цим проблеми. Я видаляла, вони не видалялись, тепер я дуже вибірково «даю дружбу».

Звичайно, з «Facebook» не можна робити якусь таку панацею, тому що ми повинні дуже чітко розуміти, що це така свого роду капсула наших друзів. Ми сидимо в цьому середовищі і в цьому середовищі наші друзі. Іноді, звичайно, там можуть недоброзичливці чи боти з'явитися, але це вже таке. Загалом це було дуже добре видно під час Майдану, коли була одна капсула Майдану, а інша капсула Антимайдану і вони по суті не пересікалися між собою, а кожен жив в своєму світі. Щось подібне до того, що було в Києві, одні стояли на Майдані, а інші були в парку. І цей світ, окрім окремих ситуацій, майже не пересікався. Знову таки, соціальні мережі – це відображення того, що довкола нас, просто в своєму певному такому специфічному форматі.

Р. С.

**Питання фінансової підтримки інтернет-проектів. В який спосіб можуть шукати фінансову підтримку сайти, зокрема Церковні сайти, там, де є завжди місце на рекламу?**

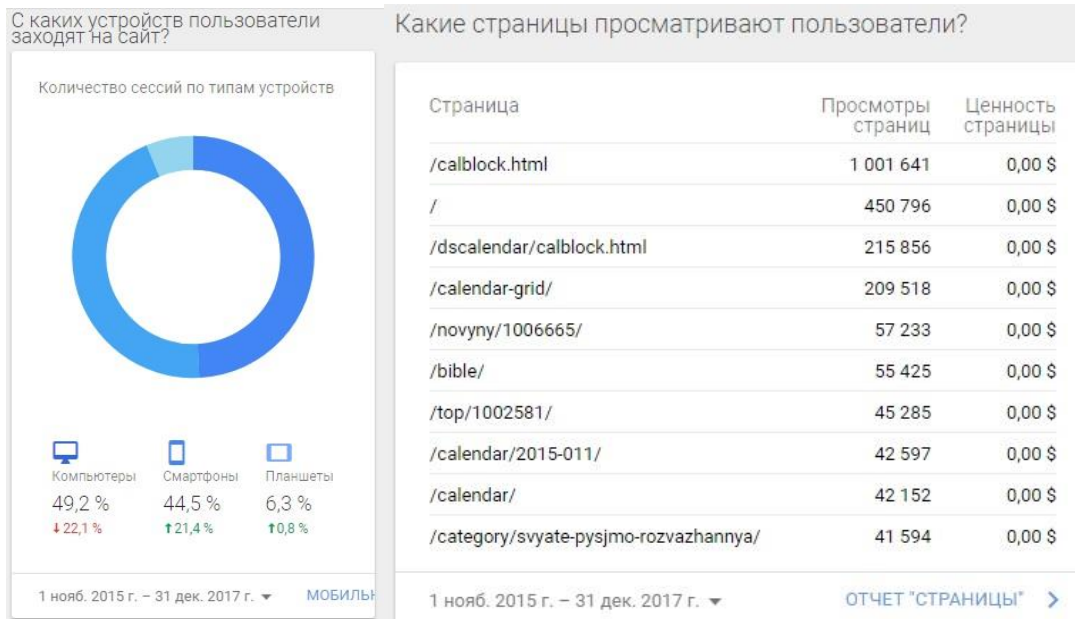
Н. Г.

Проблема фінансової підтримки є проблемою для всіх. В різний час є оці фонди, які дають підтримку, проте переважно тематичну. Ну наприклад, десь може бути збереження соціальної пам'яті, десь підтримка переселенців, десь підтримка медіа-грамотності чи тих, які не мають громадянської освіти. Це треба шукати такі гранти, які є, тобто, брати ці тематичні гранти, шукати і реалізовувати під них проекти. Чи будуть давати на якісь церковні? Думаю, що церковні сайти ніхто не буде підтримувати, окремо на підтримку освітніх сайтів,

але час від часу з'являються, наприклад, на реконструкцію сайтів громадянської освіти. Можна подаватися на такі.

### Додаток № 15

#### Google Аналітика сайту ДивенСвіт (вибіркові дані)<sup>540</sup>



<sup>540</sup> Доступ до Google Аналітики сайту «ДивенСвіт» надав адміністратор сайту п. Андрій Мартинишин.