

**ЗВО «УКРАЇНСЬКИЙ КАТОЛИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**  
**Факультет суспільних наук**  
**Школа журналістики та комунікацій**

## **МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА**

кваліфікація – магістр з медіакомунікацій

**на тему:**  
**Контент сторінки "Комісії у справах душпастирства молоді РКЦ":**  
**творчий проєкт**

Виконала:  
Студентка 2 курсу, групи СМЕ-20/М  
напряму підготовки:  
06 Журналістика  
061 Журналістика (Освітня програма  
з медіакомунікацій)  
Вострякова В.В.  
Керівник – доц. Бабенко В.В.  
Рецензент – доц. Баловсяк Н.В.

**Львів – 2022**

# ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
 <b><i>РОЗДІЛ 1. Релігійна тематика: тенденції та проблематика</i></b>	
1.1. Теоретичні засади соціальної місії та вчення Церкви в питаннях суспільних комунікацій та медіа .....	7
1.2. Цифрова та інформаційна активність сучасного суспільства, комунікація в соціальних мережах .....	17
1.3. Висновки до розділу .....	21
 <b><i>РОЗДІЛ 2. Сучасні форми взаємодії у суспільному контексті: майстерня авторки</i></b>	
2.1. Комунікативні інструменти ведення християнських сторінок в соціальній мережі Facebook (Meta).....	23
2.2. “Комісія душпастирства молоді РКЦ”: лабораторія авторки .....	25
2.3. Висновки до розділу.....	37
 <b>ВИСНОВКИ</b> .....	38
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	41
<b>ДОДАТКИ</b> .....	45

## ВСТУП

**Актуальність.** Комунікація в сучасному суспільстві стала важливою частиною соціального життя. Обмін інформацією, знаннями, ідеями, емоціями між людьми відбувається як на живо (офлайн), так і через засоби цифрового зв'язку (соціальні мережі тощо).

Усвідомлюючи свою приналежність до певної спільноти, люди долають ознаки самотності, стають почутими та прийнятими, знаходять однодумців за схожими поглядами, вподобаннями та баченнями щодо певних тем і сфер життя.

Комунікація в Церкві – це, по-перше, комунікація між людиною та Богом під час молитви, в тиші тощо. По-друге, комунікація в Церковних осередках, яка здійснюється між духовенством\душпастирями (єпископи, священники, монахині) та парафіянами (молодь, діти, сім'ї). Вона відбувається як особисто, так і завдяки цифровим технологіям. Кожна взаємодія потребує ґрунтовного занурення, усвідомлення потреб вірянина. В середині минулого століття людство доступ до нового формату вибудовування комунікації на відстані, що відкрило нові можливості та створило нові реалії спілкування.

Питаннями соціальних комунікативних процесів Церкви загалом та в медіа зокрема в Україні зацікавлені такі вчені та практики: Бабинська С., Бойко А., Гадьо Н., Грановська Я., Завадська Ю., Іскра С., Карапінка М., Керц О., Кулигіна, О., Лавриш Ю., Перун М., Петрушкевич М., Різун Т., Скленар І., Юраш А.

Саме інтенсивний розвиток комунікацій в онлайні створив передумови до переходу Церковних спільнот в мережу та впровадження цікавого та корисного контенту для налагодженої комунікації з вірними.

Сторінка “Комісії у справах душпастирства молоді РКЦ” стала майданчиком для спілкування душпастирів молоді, представників духовенства та молоді з усієї України.

Актуальність дослідження зумовлена активним та стрімким переходом міжособистісних комунікацій на простори інтернету. У ХХІ столітті

цифровізація торкнулась всіх сфер життя, збільшилась кількість онлайн медіа, відбувся перехід на дистанційні сервіси зв'язку в різних галузях. Саме тому з'явилося бажання проаналізувати комунікацію в соціальних мережах християнських спільнот, опрацювати джерела щодо Церкви та медіа у своїй взаємодії, та у фіналі створити контент-план та рекомендацій щодо ведення сторінки християнської спільноти в соціальній мережі, а саме Facebook (Meta). Активний перехід християнських осередків на простори інтернету підтверджує доцільність опрацювання обраної теми та потребу її розкриття на сучасному етапі розвитку суспільства.

**Мета роботи** – створення контенту для соціальної мережі Facebook та його впровадження на сторінці “Комісії у справах душпастирства молоді РКЦ”.

Реалізація мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

1. опрацювати спеціалізовану літературу до теми щодо Церкви та медіа;
2. розкрити значення соціальних мереж у Церковних комунікаціях;
3. простежити тенденції переходу міжособистісної комунікації в соціальні мережі та онлайн загалом;
4. обґрунтувати потребу створення якісного контенту для сторінок християнських спільнот в соціальних мережах;
5. проаналізувати наповнення сторінок та медіаполе суміжних християнських груп та спільнот;
6. апробація та моніторинг статистики сформованого контент-плану, його вдосконалення та фіналізація з додатковими рекомендаціями для душпастирів та представників Римо-Католицьких спільнот щодо ведення сторінок на платформі Facebook (Meta).

**Об'єкт дослідження** – сторінка “Комісії у справах душпастирства молоді РКЦ” в соціальній мережі Facebook (Meta), як платформа для комунікації та поширення християнського контенту.

**Предмет дослідження** – комунікативний інструментарій для створення контенту на сторінці Римо-Католицької організації з душпастирями та цільовою аудиторією.

**Методи дослідження.** Для реалізації проєкту ми застосували описовий метод на основі джерельної бази, її систематизації та фіналізації у форматі власних підсумків.

Для створення творчої частини роботи було використано елементи контент-аналізу для визначення домінуючих форматів та інструментів в різних християнських групах у соцмережах для активної взаємодії з аудиторією та великих охоплень. Окрім цього ми використовували зіставний метод (репрезентуючи результати статистика сторінки “було” - “стало”) аналіз, порівняння, співвідношення, моніторинг та причинно наслідкових зв’язків.

**Новизна.** Розкриття важливості комунікації Церковних осередків в соціальних мережах особливо на часі в сучасному світі. Адже життя змінюється стрімко, перехід в онлайн простір відбувається дуже активно, а присутність саме Церкви на просторах інтернету є важливою складовою підтримки морального духу громадян України.

Окрім цього комунікація в мережі дає можливість створенням осередку для виховання порядного та свідомого покоління, яке надалі буде творити сильну державу. Адже створюючи спільноти в мережі, Церква відкриває унікальну можливість на великій відстані об’єднувати людей, наповнювати та духовно збагачувати їх завдяки правильному та цікавому контенту й активній комунікації в онлайні.

Саме тому, в межах роботи над проєктом, було створено контент для сторінки Римо-Католицької організації, проаналізовано та представлено у вигляді даних статистики його актуальність та доцільність та складено рекомендації для ведення сторінок християнських організацій у соціальній мережі Facebook (Meta).

**Теоретичне і практичне значення роботи.** Теоретичне та практичне значення роботи представлені у контенті на основі проведеної аналітики статистики з присутніми зростаючими показниками охоплення та запропоновані рекомендації щодо розповсюдження цього контенту, які надалі можуть стати корисними для тих спільнот, які планують розпочинати роботу власної християнської організації в соціальній мережі Facebook (Meta).

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, двох розділів, списку використаних джерел, висновків та додатків. У вступі розглянуто актуальність теми, сформовано мету, предмет, та завдання роботи, описано джерельну базу, методологічну основу, наукову новизну та теоретичне і практичне значення проєкту.

У першому розділі розкривається поняття комунікацій в Церкві та загалом, представлені дослідження щодо релігійності країни, розкрито місію та вчення Церкви та у взаємодії з медіа, а також презентовано щодо активності людей у цифровому просторі та які соцмережі є найпопулярнішими.

У другому розділі розглянуто сучасні формати творення контенту різних конфесій, зокрема комунікація спільноти з підписниками. Подано розгорнуту статистику та проілюстровано наповнення сторінки Комісії у справах душпастирства молоді РКЦ (пости, охоплення, способи взаємодії з аудиторією в період 2021 року) для якої був створений контент та запропоновані рекомендації щодо розповсюдження цього контенту.

У висновках підсумовано теоретичні та практичні напрацювання. У додатках подано контент-план, приклади постів власних рубрик та рекомендації щодо ведення сторінки християнської спільноти\організації в соціальних мережах, а саме Facebook (Meta).

# РОЗДІЛ 1.

## РЕЛІГІЙНА ТЕМАТИКА: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМАТИКА

### 1.1 Теоретичні засади соціальної місії та вчення Церкви в питаннях суспільних комунікацій та медіа

Комунікація дає можливість взаємодіяти через вербальні та невербальні засоби. В останні десятиріччя окрім особистої комунікації у людини з'явилась можливість спілкуватися ще і в онлайн, що суттєво розширило можливості взаємодії. Усі переходять в онлайн, створюючи сторінки компаній, підприємств. В організаціях починають вести сторінки в соціальних мережах, обмін досвідом часто відбувається через месенджери, а емоції виражаються смайлами.

Поняття “комунікація” відповідно до академічного словника передбачає “шлях сполучення, лінії зв'язку, спілкування, зв'язок” [20].

“Сучасні засоби комунікації вже давно стали частиною звичайних засобів висловлювання церковних спільнот”, тому вони щораз важливіші та корисніші і у служінні священника, – вважає Папа Бенедикт XVI і твердить, що “розвиток нових технологій та весь цифровий світ є великим багатством для людства” [1].

Останнім часом відчутна частина міжособистісних комунікацій перейшла саме в онлайн. На зміну особистим зустрічам та листуванню з'явилися соціальні мережі, месенджери та різноманітні додатки. Вони певним чином забрали елементи “живого” спілкування через відстань та неможливість відчувати людину тілесно, а на заміну справжнім людським емоціям прийшли “емоджі” та “смайли”. Водночас соціальні мережі та онлайн ресурси подарували унікальну можливість підтримувати зв'язок з різних куточків світу та спілкуватись без відчуття кордонів та обмежень.

Також Папа наголошує, що цифрове середовище є не паралельним чи суто віртуальним світом, а частиною щоденного досвіду багатьох людей, особливо

молоді: уважне розуміння цього середовища є передумовою для важливої присутності в ньому [2].

Загалом, успішне та приємне спілкування є фундаментальною частиною міжособистісних відносин і важливою частиною будь-якого здорового партнерства в сім'ї, на роботі, у спільноті, між друзями тощо.

Дослідниця Н. Гадьо у своїй роботі зазначає, що Католицька Церква вважає усі засоби комунікації Божим даром. Та важливо пам'ятати, що цей дар несе в собі різні прогресивні можливості та небезпеки одночасно, головне людині бути свідомим та уважним споживачем, а усім, хто створює контент для ЗМІ та соцмереж пам'ятати про важливість служінню добру та генерувати таку інформацію, яка буде мати на меті вберегти людську душу від лихого, що може нести мережа інтернет. Щодо нових засобів цифрової комунікації, то позиція Католицької Церкви залишається незмінною та ототожнює інтернет, як один із способів, щоб звіщати Євангеліє та наближати вірних до зустрічі з Христом [4].

На думку Мирослава Мариновича, то найпершим завданням соціальних комунікацій є проповідувати Євангелію [27].

Водночас у DOCAT зазначається, що “ніхто не може слухати Євангеліє та залишатися байдужим до суспільних справ” [10, с. 36]

Церковна спільнота потребує щирого та справжнього людського міжособистісного спілкування, яке в останні роки активно переходить в мережу, та щоб воно не втрачало своєї важливості, важливо заохочувати та стимулюючи християнські організації акумулювати сили та створювати такий контент в мережі інтернету, який буде заохочувати віруючих до комунікації в соціальних мережах за спільними інтересами. Важливо, щоб віра ставала більш сучасною, та тією, яка надихає, мотивує, підтримує й масштабувалась завдяки збільшенню кількості вірних.

У 2002 році Папа зазначив: “Інтернет — новий форум для проголошення Євангелія”, в якому наголосив, що Церква ставить до цього засобу “з реалізмом



і певністю. Як і всі інші засоби спілкування, він є тільки знаряддям, але ніяк не самоціллю. Інтернет, якщо фахово його використовувати й усвідомлювати всі його сильні та слабкі сторони, може дуже допомогти у справі євангелізації та пробуджувати зацікавлення та приближати можливість ознайомитись із християнським посланням багатьом людям — особливо молоді, для якої кіберпростір дедалі частіше стає головним вікном у світ” [7, с. 419].

На думку автора книги “Вісім релігій, що панують у світі” Стівена Протеро: “Релігія - надто помітна сила, щоб нею нехтувати” і це неможливо не взяти до уваги, як одну з сильних сторін і місію релігії загалом [18, с. 20].

Урина Н. у своїй роботі наголошує на тому, що в сучасному світі Католицька Церква демонструє достатньо збалансований підхід використовуючи новітні технології та залучає медіа в інформування проведених заходів\подій. А ще, не зважаючи на свою дуже маленьку чисельність на території України вона активно намагається звернути увагу на те, що саме ці технології, які несуть стільки користі, можуть одночасно бути й шкідливими та не нести в собі морально-етичних аспектів. Саме тому завданням душпастирів, духовенства та представників Церковних медіа створювати та генерувати такий контент, який буде наповнювати підписників, духовно збагачувати та підтримувати у різних життєвих обставинах завдяки трансляції у своїх постах щирості та моральності [31].

А І. Іскра у своїй праці зазначає, що Українська держава стала невід’ємною часткою інформаційного суспільства, в якому важливу роль сьогодні відіграє й християнська, а зокрема Римо-католицька Церква. Саме тому важливим чинником є створення різноманітних християнських ЗМІ, зокрема Римо-Католицьких та активну діяльність в соцмережах, аби проголошення Євангелії та пізнання життя з Богом почули й побачили якомога більше людей саме через корисний та інформативний контент. Роблячи висновки стає зрозумілою актуальна необхідність створення таких релігійних ЗМІ, які б формували християнську соціальну свідомість [8].

Якщо ж говорити про єдність Церкви та держави, то в Україні Церква є відокремленою від держави та політичних процесів [17]. І це є прекрасним показником демократичної держави з правом вибору особливо в питаннях віросповідання.

Цікаву думку висловила науковець Бойко А. у своєму дослідженні про політику та релігію та сприйняття їх сучасною молоддю. Авторка розповідає про реакції аудиторії на повідомлення релігійної тематики, які вона отримує через ЗМІ, та виокремлює такі фактори, які впливають на сприйняття релігійного контенту молоддю: подання неповної інформації до споживача щодо деталей тих чи інших аспектів віруючих (через це можливе не повне та змінне сприйняття християнина); недостатнє інформування щодо звичаїв та традицій віруючих людей, через що ті, які є практикуючими виглядають трохи дивними зі своїми обрядами та постулатами для людей, які не ознайомлені достатньо з усіма деталями; активне поширення серед медіа марновірства й елементів забобонів (ворожки, цілителі тощо), що також відводить людей від істинної віри та її суті й глибини [3].

Так, людина має право вірити в кого сама обрала і медіа не мають нав'язувати своє бачення, але важливо зробити акцент на тому, що основним завданням представників ЗМІ та тих, хто веде сторінки християнських груп в соціальних мережах, є правдиве інформування щодо християнських тем та питань без піару, матеріальної вигоди та звичайно хейту, аби цим не відбити у людини бажання пізнавати глибше щось в християнському осередку та духовно розвиватись.

Про призначення медіа детально можна дізнатись з книги “DOCAT Що нам слід робити?” де зазначається, що саме медіа є опосередкованими джерелами інформації та платформами для обміну нею. Загалом, основними призначеннями медіа автор визначив просвітництво, інформування та розважання. Якщо говорити про погляди Католицької Церкви щодо медіа, то вони зазначаються як структурний елемент сучасного суспільства. А своєю метою медіа, як суспільні

засоби комунікації, мають служіння людям та допомога їм у розумінні одне одного. Адже саме християнські медіа мають створювати контент з морально-етичною відповідальністю та спрямовувати свою діяльність на досягнення мети щодо порозуміння сім'ї, громади, нації та суспільства загалом [10].

Важливим аспектом духовно-моральної складової нашої держави є показники досліджень соціологічної служби Центру Разумкова, які презентують, що в Україні за останні 20 років доволі високий рівень Церковно-релігійного самовизначення населення відповідно до тенденцій 2000-2020 рр. Станом на кінець 2010 р., у порівнянні з 2000 р., кількість громадян, які визнають себе віруючими, зросло з 58% до 71% [14].

А ось відповідно даних Міжнародної організації релігійної свободи станом на 2013 рік, 75,2% населення нашої країни відносять себе до людей віруючих; 37,4% активно відвідують Церкви та різні релігійні зібрання (майже 90% опитаних назвали себе християнами), а 21,9% віднесли себе до представників атеїзму або байдужими до релігії [30].

На період 2020 року рівень релігійності вищий у людей старшого віку склав — 76%, серед молоді 18-24 років релігійний показник становить нижчий показник, але теж доволі високий — 52% [14].

За даними досліджень проведеними соціологічною службою Центру Разумкова в січні 2020 року, найчастіше громадяни України належать до вірних Православної Церкви України — 34%, 13,8% назвали себе вірними УПЦ Московського патріархату, а 8,2% — представники Української греко-католицької Церкви. Та лише 0,4% українського населення відносять себе до Римо-Католицької Церкви. Дослідження дають усвідомлення, що Україна є християнською країною у своїй більшості та об'єднує різні конфесій [9].

На нашу думку, отримані дані та спостереження дають поштовх до роздумів духовенства та представників християнських організацій Римо-Католицької Церкви щодо збільшення своєї присутності на тих територіях країни, де вона є незначною та створення проєктів з представниками різних

конфесій об'єднуючись заради благої місії створення єдиного духовно-морального населення України.

Усвідомлюючи потребу у збільшенні вірних та більш плідній євангелізації на території України духовенством Римо-Католицької Церкви було створено Комісію у справах душпастирства молоді РКЦ у 2014 році, яка організовує активну просвітницьку діяльність з душпастирями та безпосередньо молоддю РКЦ з усіх куточків України. З 2017 року почала діяти сторінка Комісії на Facebook (Meta).

За тлумаченням української релігієзнавчої енциклопедії термін “душпастирство” означає християнську форму опіки вірних, яка в основі має євангельські вчення Ісуса Христа. “Я пастир добрий: пастир добрий життя своє покладає за овець” (Ін 10:11). При тому душпастирство значно відрізняється від інших форм і способів служіння Господу, адже воно потребує безпосереднього спілкування та навіть духовно-інтимного контакту з паствою, якою є вірні, що ходять в Церкву, і все це зумовлено особливістю спілкування через формати наставництва та особливої підтримки [6].

В такий спосіб душпастирство в Церкві здійснює особливо важливу місію та веде вірян за собою допомагаючи їм на шляху пізнання Бога та себе, підтримуючи, мотивуючи та навчаючи в різних питаннях.

На думку Папи Франциска “усі християни та душпастирі покликані турбуватися про вдосконалення світу” [10].

У праці “Вісім релігій, що панують у світі” автор зазначає, що християнство було першим рухом стабільності й порядності. Це найпопулярніша та поширеніша релігія у світі (переважає в Європі, Австралії, Півд. та Півн. Америці). Третина населення планети Земля називають себе християнами (2,2 млрд), на сьогодні Біблія є всесвітнім бестселером, а Ісус - найвпізнаванішою постаттю у світі [18].

Третина населення обрала життя з Богом, тому наразі завдання українського духовенства, а особливо представників Римо-Католицької Церкви, підтримувати християн і створювати нові осередки на парафіях та майданчики в онлайні (сторінки в соцмережі, онлайн реколекції, блоги), де українці зможуть розмовляти про Ісуса, відчувати себе комфортно в спільноті однодумців та загалом духовно збагачуватись.

Важливо допомагати в служінні та творенні християнської країни та виховувати духовно-моральне покоління порядних громадян. Мирослав Маринович у праці “Митрополит Андрей Шептицький і принцип «позитивної суми»” нагадує про найголовніше завдання християнства — єдність. Не важливо коли святкують Різдво Христове чи Великдень, співпадають звичаї та традиції в проведенні Богослужінь чи ні. Найголовніше — це є зберігання миру братньої любові між християнами, що на думку автора, є найважливішим способом прославлення Бога, що і є основою християнства [11].

Прикладом подій спільнотворчого спрямування є організована у 2010 році християнська конференція MediaMobilization, яка зібрала журналістів, блогерів, інтернет-активістів, працівників Церковних прес-центрів та лідерів християнських служінь. На конференції говорили про світові тренди, можливості використання соціальних медіа для лобювання своїх ініціатив у політиці, інноваційним формам євангелізації. Однією із суттєвих переваг конференції був її міжконфесійний характер, що особливо важливо та цінно у процесі створення єдиної християнської держави розширення осередків з християнським вихованням та розповсюдженням християнського контенту [27].

Також у Києві, в жовтні 2021 року, був проведений Всеукраїнський молодіжний форум “Діалог заради майбутнього” на платформі Форуму відповідальних людей. Захід відбувався з метою адаптації та соціалізації молоді в українському суспільстві, поширенню толерантності й солідарності, сприянню створенню умов для різних груп молоді, зокрема із різних релігійних організацій.

На заході були представники різних конфесій (римо-католики, греко-католики, протестанти).

Саме осередок Церкви і є тим середовищем, де можливо здійснювати просвітницьку діяльність молоді, збагачувати її духовними знаннями та творити проєкти, в яких миряни будуть відчувати свою дотичність до творення християнської нації, робити благі справи та творити нову країну.

На думку львівського релігієзнавця Андрія Юраша: “Церква є вільноутвореною громадою віруючих в Ісуса Христа і це є чудовим спільнототворчим чинником, аби відкривати нові Церкви, де люди зможуть говорити на суспільно-християнські важливі теми, творити нову країну, в якій будуть виховуватись теперішні молоді та майбутні покоління з Богом в серці” [30].

В Незалежній Україні Церква має високий рівень довіри серед населення. Соціологічні дослідження декларують повна довіра українських громадян до Церкви, що становить 17,6%, та поступається лише Збройним силам України з показником в 17,8% [15].

Дані показують, що українці поділяють думку та вчення Церкви, довіряють її позиціям та твердженням. Також такий високий рівень довіри є стимулом, аби голови Церков на території України переглянули свої стратегії комунікації з мирянами, ще плідніше працювали з сучасними ЗМІ, створювали корисний контент, транслиували духовну позицію та доносили свої меседжі. І саме цим підтримували націю, а особливо молодь й молодші покоління, на високому рівні громадянської відповідальності, порядності та людяності.

Ігор Скленар у своїй роботі “Особливості функціонування релігійних інтернет-видань України” аналізує основні принципи діяльності інтернет-ЗМІ, показує їх різницю з іншими мас-медіа, а також детальніше висвітлює питання особливостей функціонування саме релігійних веб-ресурсів на території України, та зауважує про збільшення їх чисельності щороку [19].

Ці спостереження та напрацювання підтверджують те, що кількість активних та свідомих християн, як користувачів веб-ресурсів, зростає і важливим є і залишається питання якості контенту, який викладається на платформах сторінок, правдивості новин та ґрунтовної аналітичної роботи відповідно потреб підписників.

На думку Антошевський Т. в Україні різноманітні організації об'єднує прагнення, аби використовувати медіа у своїх цілях та потребах. В одному з інтерв'ю директор впливового українського інтернет-видання «Релігійно-інформаційна служба України» (РІСУ) зазначив: «Ми констатуємо покращання роботи церковних інформаційних служб. Знаємо, що й самі провідники Церков почали до цієї справи ставитися з більшою повагою. І це не було викликано лише тим, що потрібно оперативно реагувати на закиди суспільства, хоча і це вагомий чинник. Мені здається, що Церкви свідомо починають значно конструктивніше ставитись до ЗМІ, вбачають у них силу, яку можна використати на користь місіонерству, євангелізації, особливо в служінні з молоддю, інтелігенцією тощо» [5].

Саме тому важливо пам'ятати, що Церква в сучасному суспільстві є осередком, в якому люди збираються зі спільнотворчою місією, шукають відповідей на вічні питання та духовно збагачуються. Церковні осередки часто стають спонукальними для змін у різних сферах життя людей, наповнюючи їх морально-етичними компонентами. На державному рівні Церква має вагомий вплив, адже вона може ініціювати законопроекти, спрямовані на захист суспільної моралі, сприяти відродженню духовності та ролі сім'ї в суспільстві. Така діяльність Церкви не може дійти до потрібних цільових аудиторій без висвітлення у ЗМІ, представлена на сторінках тематичних християнських видань та сторінках в соціальних мережах.

У книзі “Церква і медіа. Сім кроків до порозуміння” авторства 4 спеціалістів Бабинської С., Завадської Ю., Карапінки М. та Кулігіної О. написано про шлях комунікатора, який він має зробити аби досягти успішної

комунікації в церковних питаннях. Зазначається про необхідність використання усіх ступенів в комунікаціях, починаючи зі знайомства з цільовою аудиторією, вивчення необхідного медіа поля, створення чіткого та конкретного меседжу відповідно потреб ЦА. Також автори розповідають про функціонування церковної прес-служби та всі її особливості та розглядають основ кризового менеджменту в релігійних організаціях. Усі зібрані дані в книзі можуть стати корисним інструментарієм під час роботи в структурі церкви на її онлайн платформах. Та можуть допомогти в комунікаціях під час кризових ситуацій, які виникають через коментарі під дописами чи надіслані особисті повідомлення [28].

Церкві важливо співпрацювати з тематичними перевіреними ЗМІ, розповсюджувати християнський контент в топових виданнях (як християнських, так і світських) та на сторінках спільнот, представників духовенства\парафій в соціальних мережах. Готували кваліфікованих релігійних журналістів та PR-ників та бути в фокусі усіх тем світової Церкви. Також важливо здійснювати співпрацю з іншими конфесіями - православними, греко-католиками, протестантами, аби творити єдину християнську державу, з морально-етичними поколіннями громадян, які будують вільну та сильну незалежну країну з Богом в серці.

Якщо говорити про ставлення Католицької Церкви саме до соціальних мереж, то їх вважають тим чинником, який розширює можливості спілкування, а сам папа Бенедикт XVI неодноразово зазначав, що саме вони дозволяють зустрічатись людям попри просторові та культурні межі: “Завдяки цьому постає абсолютно новий світ, де люди мають змогу зав'язувати дружні стосунки. Але користуючись цією чудовою можливістю, потрібно бути уважними і зважати на потенційні ризики” (Бенедикт XVI, “Послання з нагоди 45-го Всесвітнього Дня суспільних комунікацій 2011) [10, с. 47].

Якщо говорити саме про соціальні мережі, та їхню місію, то вона як у медіа має на меті служити загальному добру та розвитку людини, і тут знову актуальні



думки папи Бенедикта, який закликає до “серйозних роздумів щодо важливості спілкування в цифрову добу”. А цитата папи Франциска в особливий спосіб розкриває місію Церкви та її ключове завдання на просторах інтернету: “Церква — мережа, сплетена євхаристійним сопричастям, де єдність ґрунтується не на “лайках”, а на істині, на “амінь”, із яким кожен уписується в Тіло Христове, вітаючи й інших [10, с. 48].

## **1.2 Цифрова та інформаційна активність сучасного суспільства, комунікація в соціальних мережах**

Сучасна людина є активним користувачем новітніх засобів комунікації та багато часу проводить в інтернеті та зокрема в соціальних мережах.

Історія соціальних мереж розпочалася в 1997 році. У 2001 році з'явилася перша соціальна мережа, спрямована на професійний розвиток – Ryze, а розквіт почався вже з 2004 р., коли в інтернеті з'явилися і стрімко набирали велику кількість користувачів такі сервіси як MySpace, LinkedIn та Facebook (яка на сьогодні найбільша соціальна мережа) [22].

*Соціальна мережа* — це інтернет співтовариство користувачів, які об'єднані за будь-якою ознакою, і загалом будується на тих самих принципах, що і звичайна спільнота людей, але завдяки можливостям віддаленої комунікації має свої певні особливості та навіть переваги [21].

Чуткова Н. у своїй праці про стратегію медіа-культури української молоді в інформаційному суспільстві зазначає про великі маніпуляційні ходи, які використовуються в сучасних медіа та те, як інформація видозмінюється через свою недостовірність та некомпетентну представлення на платформах. І саме тому ЗМІ та своєю чергою усім керуючим соцмережами спеціалістів важливо не лише тримати фокус на ціннісні орієнтири та стимулювати молодь критично мислити, але і пам'ятати, що саме вони - медіа - є провідними агентами в соціалізації молодих поколінь [29].

В дослідженні компанії Reuters за 2020 рік щодо споживання та сприйняття медіа контенту від компанії можна побачити, що цілих 72% респондентів (від 18 до 65 років) обирають своїм джерелом новин саме соціальні мережі. А це за показниками після пошукових систем займає другу позицію і дає статистичне підтвердження того, що присутність людей в соціальних мережах є досить великою, і що саме там споживачі дізнаються багато



інформації дивлячись представлений контент [25].

Зробивши висновки, важливо зосередитись на тому, що відповідальним за сторінки християнських спільнот в соцмережах треба створювати такий контент, який зацікавить потенційних майбутніх підписників сторінки Комісії своїм наповнення, буде їх духовно розвивати, надавати перевірену та структуровану інформацію та надихати.

Дослідження, опубліковані в партнерстві “We Are Social” та “Hootsuite” за жовтень 2021 року ілюструють, що цифрові технології використовуються більш як половиною усього населення на планеті (див. рис.1).

При населенні 7,89 млрд людей, аж 5,29 користуються мобільними телефонами. Це на 100 млн (+1,9%) більше, ніж торік. Людей, які користуються інтернетом, зараз у світі налічується 4,88 мільярда, що дорівнює майже 62% населення світу [33].

Останні дані демонструють, що через COVID-19 кількість користувачів Інтернету у світі зросла більш ніж на 220 мільйонів (+4,8 відсотка) лише за останній рік. Щодо кількості користувачів соцмереж, то їх показники зросли більше ніж на 400 мільйонів (+9,9 %) за останні 12 місяців і досягли 4,55 млрд [33].

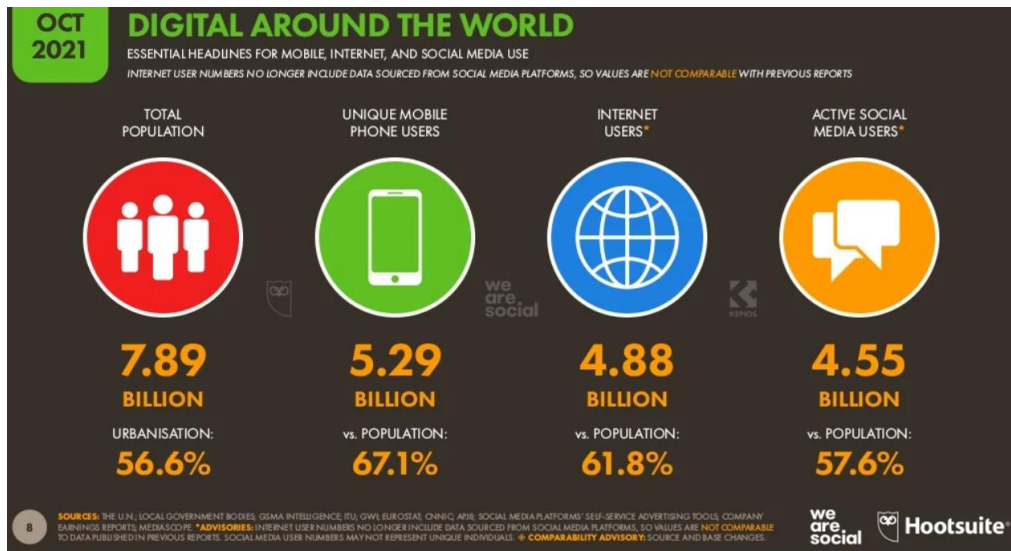


Рис. 1 Результати дослідження “We Are Social” та “Hootsuite”

Активність людей в цифровому просторі означає збільшення попиту на користування соціальними мережами, що спричиняє потребу у збільшенні контенту, його конкурентоспроможності щодо зацікавлення потенційної аудиторії та збереженні раніше сформованої.

Пандемія COVID-19 внесла ряд можливостей та певних викликів для споживачів. Більше онлайн шопінгу, навчання на різних онлайн платформах, спілкування в месенджерах тощо. У релігійному середовищі прихід онлайн також вніс свої корективи, так навіть Великодні богослужіння та недільні меси транслювались у форматі онлайн на сторінках парафій в соціальних мережах, а кількість контенту для сторінок християнських організацій суттєво зростає. Адже вірні почали частіше відвідувати сторінки християнських спільнот на різних платформах: Facebook (Meta) - сторінка у справах Душпастирства молоді РКЦ в Україні, CREDO, EWTN), YouTube - Падре Сержа, NeboON, Telegram - DDM\_кр, Instagram - Dyvensvit, о.Роман Демощ та ін.

Станом на липень 2021 року на основі досліджень сформованими глобальною платформою бізнес даних №1 “Statista” (див.рис.1.1), найпопулярнішою соціальною мережею у світі є Facebook. Саме ця соціальна

мережа впевнено займає першу позицію з кількістю своїх користувачів 2,853 млн по всьому світі (дані ранжовані за кількістю активних користувачів, у мільйонах) [34].

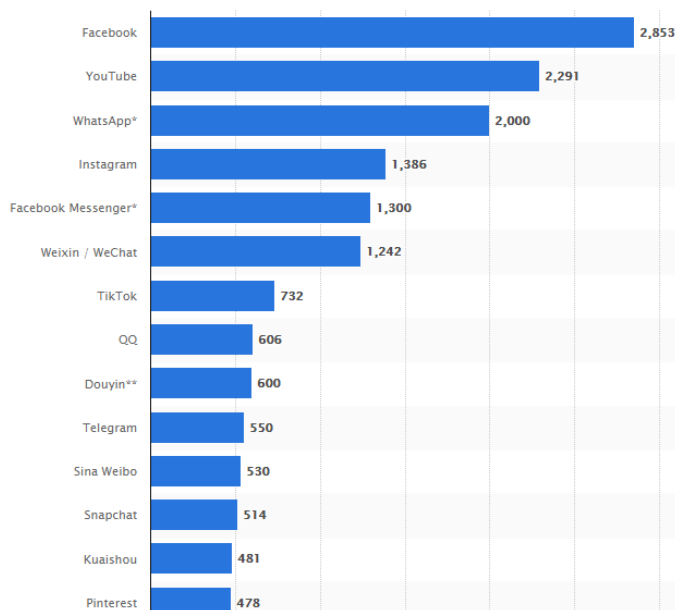
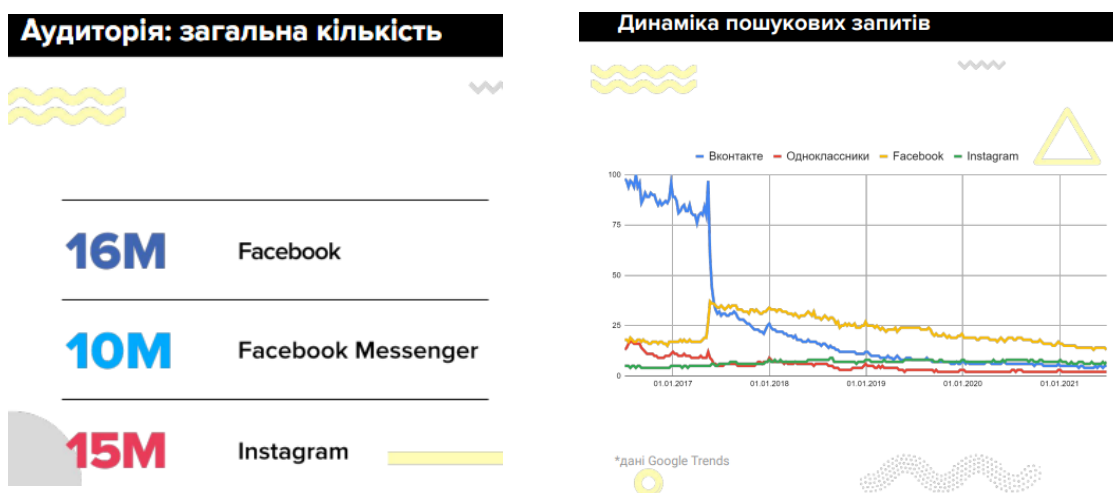
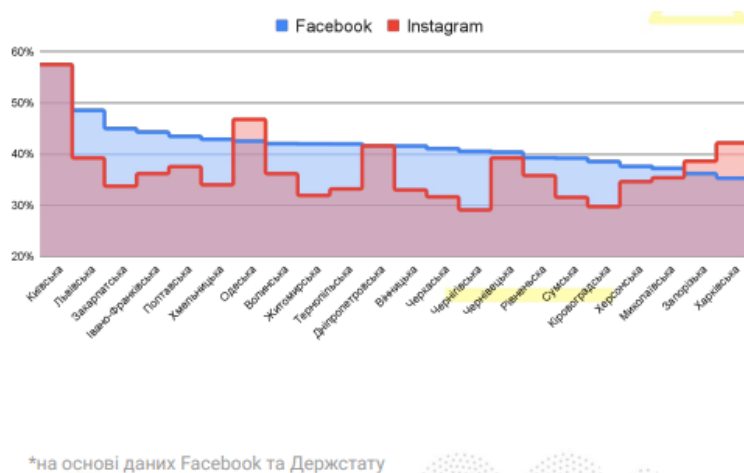


Рис.1.1 Дослідження “Statista”

Тим часом в Україні платформа Facebook лідирує з кількістю в 16 млн користувачів, водночас, як Instagram 15 млн., а месенджер 10 млн. А якщо говорити про дослідження щодо пошукових запитів різних соціальних мереж на території України, то на першому місці також фігурує саме Facebook [26].



Щодо проникнення таких соціальних мереж як Facebook та Instagram, то на території України в більшості областей громадяни надають перевагу саме Facebook [26].



## Висновки до розділу

У розділі, а саме першій його частині, прописано щодо поняття комунікації загалом та в Церкві зокрема. Зазначено результати досліджень щодо релігійності нашої країни, і представлені показники, які показують, що українці довіряють Церкві, готові приймати її постулати та активно розвивають духовно-моральні аспекти своєї особистості, а отже, відкриті на вчення Церкви та її ініціативи. Також продемонстровані результати досліджень щодо показників Церковно-релігійного самовизначення населення.

Окрім цього описані завдання та місії духовенства та душпастирів, які працюють з молоддю, про їх фокус на онлайн комунікацію та перехід в діджитал простір для створення осередків “Церкви в онлайні”, аби якомога більше людей могли на відстані комунікувати пізнаючи Бога та розвиватись духовно.

Також вказано щодо місії інтернету в сучасному світі, як платформи для евангелізації та активного впровадження комунікації християнських осередків саме в мережі. Розкривається також питання призначення медіа в житті Церкви.

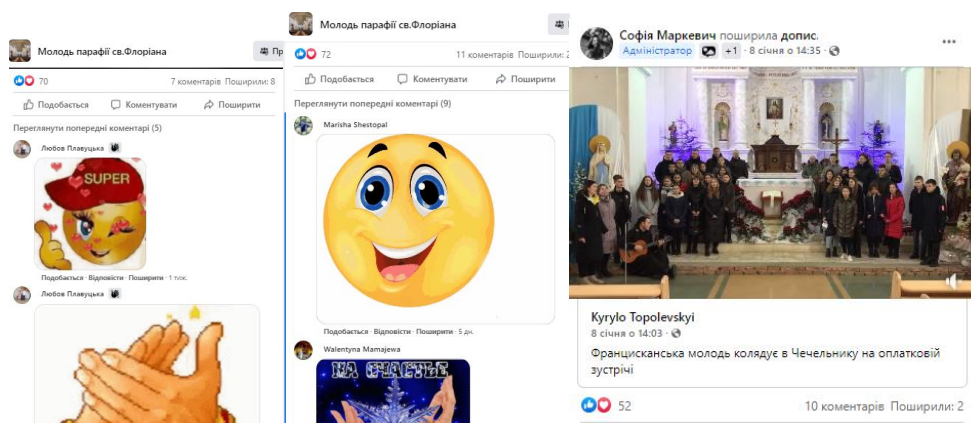
В другій частині розділу представлені дослідження щодо інформаційної активності населення, шляхи отримання інформації та джерела новин сучасної людини, презентовані показники щодо впливу пандемії, явного збільшення цифрової активності суспільства та використання мобільних телефонів, в яких люди проводить велику частину свого часу.

## РОЗДІЛ 2. СУЧАСНІ ФОРМИ ВЗАЄМОДІЇ У СУСПІЛЬНОМУ КОНТЕКСТІ: МАЙСТЕРНЯ АВТОРКИ

### 2.1 Комунікативні практики ведення християнських сторінок в соціальній мережі Facebook (Meta)

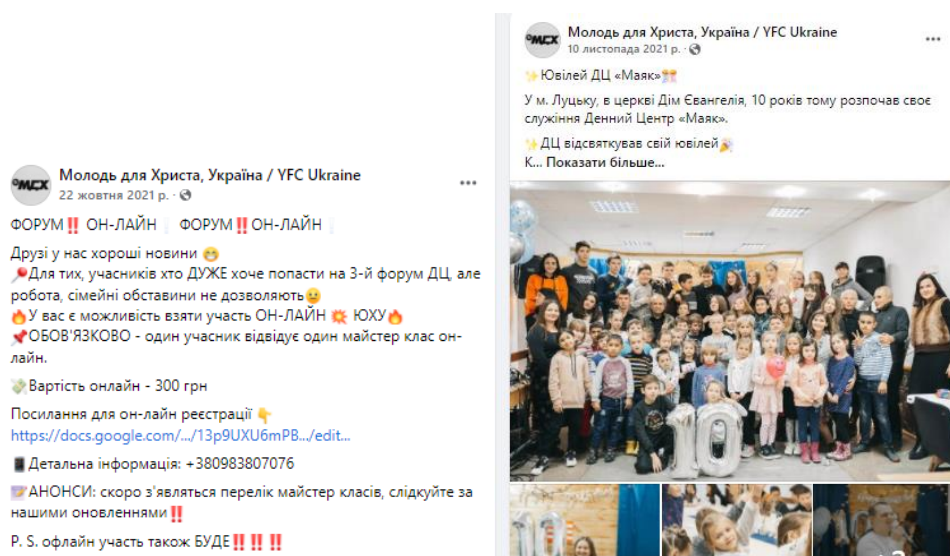
Комунікація християнських спільнот в соціальних мережах останнім часом стала активнішою. Проаналізувавши медіаполе різноманітних сторінок християнських організацій в мережі Facebook (Meta) можна побачити активність підписників, створення різних рубрик для заохочення відвідування сторінки частіше, ділення різними смайлами та емоціями в коментарях тощо. На сторінках частіше стали вестися прямі ефіри богослужінь, з можливістю залучення вірних до важливих обрядів християнина, звіти з живими фото з різноманітних зустрічей, цікаві посилання на фільми\музику\події, аби люди вподобали собі даний контент, а тим самим збільшували охоплення сторінки та піднімали показники взаємодії.

До прикладу на сторінці Молодь св.Флоріана у Facebook (Meta) заповнена різноманітним контентом з подій парафії та діленням з подій інших парафій, чимало цікавих вітальних відео та зображень, на які підписники реагують активно як вподобаннями, так і коментарями.



На показники підписників сторінки (807) такі кількості вподобань і репостів свідчать про активну аудиторію, якій подобається представлений контент [13].

До прикладу на сторінці "Молодь для Христа", що є міжнародним Християнським рухом, який направлений на служіння дітям, підліткам та молоді, генерують контент, який також пов'язаний з влаштованими подіями руху та звітами з них, використовують яскраві смайли, структурують текст відповідно важливості та пріоритетності інформації. На 1440 підписників пости набирають в середньому 10 вподобань, що є середнім показником активності аудиторії у порівнянні з аналоговими сторінками [29].

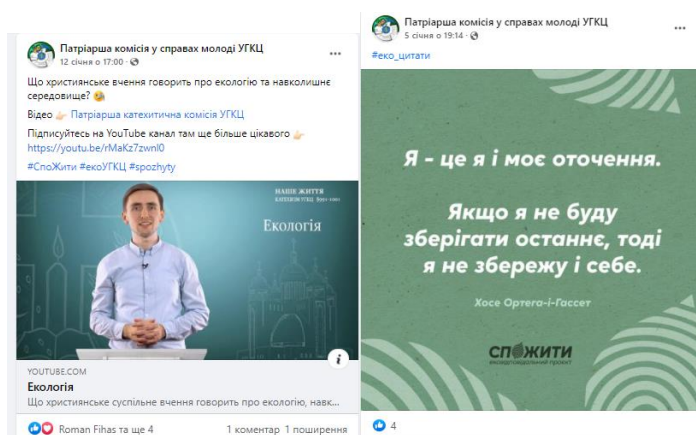


До прикладу на сторінці Патріаршої комісії у справах молоді УГКЦ на кількість підписників 8669 тис. на пост в середньому припадає до 10 вподобань, декілька поширень і майже ніде немає коментарів, що може свідчити про маленьку залученість аудиторії, невеликі охоплення та можливо не продуманий контент-план для зацікавлення та збереження аудиторії та її активності [16].

Отже, ми бачимо, що через певні карантинні обмеження та відвідування Церков і живої комунікації на парафіях стало важливе усвідомлення того, що велика частка комунікації загалом відбувається саме в онлайні. Саме тому представникам різноманітних християнських організацій важливо створювати сторінки в соціальних мережах (відповідно цільової аудиторії потенційних



підписників) генерувати цікавий та корисний контент, частіше постити щось надихаюче, духовне та розважальне.



## 2.2 “Комісія душпастирства молоді РКЦ”: лабораторія авторки

В Римо-Католицькій Церкві функціонує Комісія у справах душпастирства молоді РКЦ (див. Додаток А), завданням якої є просвітництво та навчання душпастирів Римо-Католицької Церкви та підтримка душпастирства молоді по всій Україні. Члени комісії та запрошені спеціалісти з різних сфер працюють над тим, аби створити різноманітні навчальні тренінги, конференції, форуми, де душпастирі можуть отримати необхідні знання та досвід, який з часом будуть втілювати та реалізовувати на своїх парафіях по всій Україні. Ці осередки та ініціативи для молоді створюють для того, аби молодь змогла відчувати себе прийнятою, почутою, а також знайти відповіді на внутрішні питання.

Відповідно Статуту виділяються такі основні цілі Комісії:

1. допомога Конференції Єпископату (далі КЄУ) у здійсненні душпастирства молоді;
2. втілення в життя душпастирських програм КЄУ в галузі душпастирства молоді;
3. моніторинг та оцінювання ситуації молоді та душпастирства молоді в Україні [24].

Також діяльність Комісії не обмежується лише проведенням подій для душпастирів на парафіях. Усвідомлюючи усю важливість перебування в соціальних мережах та в онлайні загалом, Комісія також відповідально звітує та презентує підсумки з усіх своїх заходів (конференцій, форумів, семінарів) на своїх сторінках в соціальних мережах Instagram (<https://www.instagram.com/juvanima/>), Facebook (зараз Meta) (<https://www.facebook.com/juvanima.ukr.net>) та на сайті Комісії (<https://juvanima.org.ua/>).

Окрім цього на сторінці Facebook (Meta) було заплановано впровадити цікавий та корисний контент з різними рубриками, аби цільова аудиторія мала можливість не лише дивитись на звіти Комісії, а наповнюватись цікавою інформацією, дивитись фільми, які надихають та починати свій тиждень з мотивуючої цитати.

Основним прагненням щодо роботи в соціальних мережах було зібрати активну та залучену аудиторію, спільноту однодумців, яка зацікавлена в духовно-мотиваційному контенті, буде проінформована про події, які відбуваються на спільнотах Римо-Католицької Церкви, її душпастирствах по всій території України, та буде ділитись ними на своїх сторінках, збільшуючи охоплення.

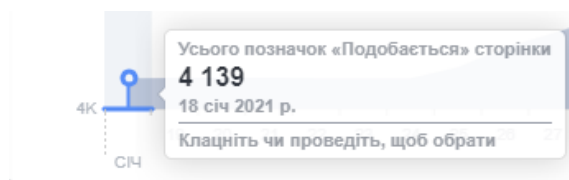
Приєднавшись до медійної команди Комісії з 18 січня 2021 року основними завданнями для мене, як SMM-спеціаліста, було оновлення сторінки, трансформація на молодіжну та сучасну, з якісним візуалом, цікавим, корисним та актуальним контентом, який можна буде легко читати та прагнути залишатися на сторінці серед підписників на довгий час, та важливо - поширювати згенерований контент на своїх сторінках, інформуючи при тому більшу кількість потенційних підписників та прагнути стежити надалі за улюбленими рубриками (Див. Додаток Б).

Проаналізувавши медіаполе серед християнських спільнот в соціальних мережах було створено дві рубрики #СилаСлова та #Вихіднийкінозал, а рубрика четверга “Четвер - день молитов про покликання автоматично сформувалась відповідно Католицькому календарю на 2022 рік.

#СилаСлова створена аби мотивувати до духовного збагачення на початку тижня вже наявних та потенційних підписників, наповнювати завдяки естетичному візуалу та заряджати позитивними емоціями вже з понеділка.

Метою #Вихіднийкінозал було зібрання цікавого та корисного відеоконтенту (фільми, підбірки кіно та мультфільмів) з моральним та християнським сюжетом. Аби люди споживали глибокий та надихаючий контент в колі рідних та близьких на вихідних, щоб залишити після перегляду приємні відчуття, питання для рефлексії та бажання духовно розвиватися.

Станом на 18 січня кількість позначок “Подобається” на сторінці Комісії складала 4139 людей [23].



До травня приблизно на 5 днів в межах 20-30 чисел на сторінці Комісії була залучена реклама сторінки, яка давала відчутно збільшену кількість позначок “Подобається”, органічні позначки були в межах 15-20.

На графіку (див.рис.2.1) за березень ми бачимо, що кількість відміток “Подобається” на сторінці істотно збільшується саме в дні, коли діє реклама, але при цьому і кількість тих, хто відписався за ці 4 рекламні дні складає більші показники, ніж за не рекламний час (11 людей). У лютому була ідентична ситуація [23].

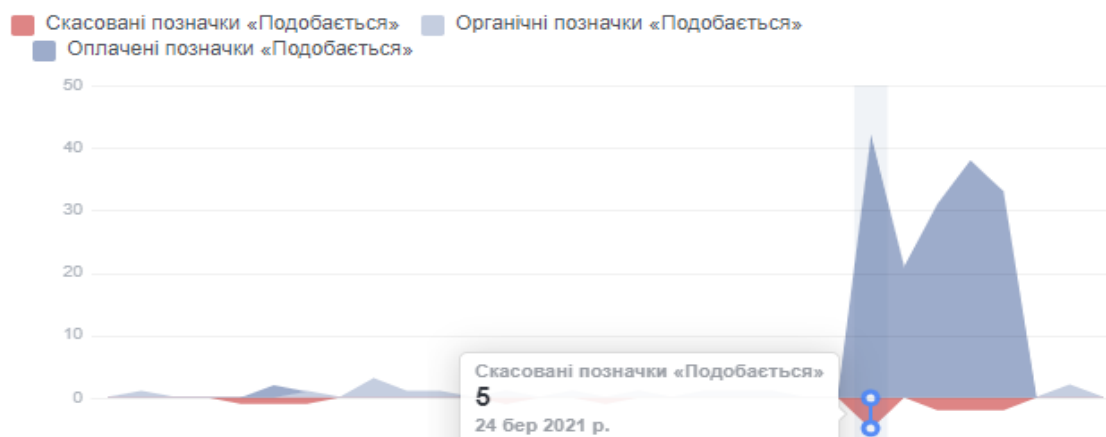


Рис.2.1 Статистика вподобань сторінки за березень.

На Рисунку 2.2 зображені кількості охоплень та реакцій в часи рекламних постів. Цифри суттєво не збільшуються саме в рекламні дні (у березні кількість реакцій більша лише на 5 позначок). А в лютому показники під час реклами взагалі менші, ніж у звичайні дні органічних показників (реакції - 123, а в дні реклами лише 102, при тому, що охоплення більші, але взаємодія з аудиторією не збільшується) [23].

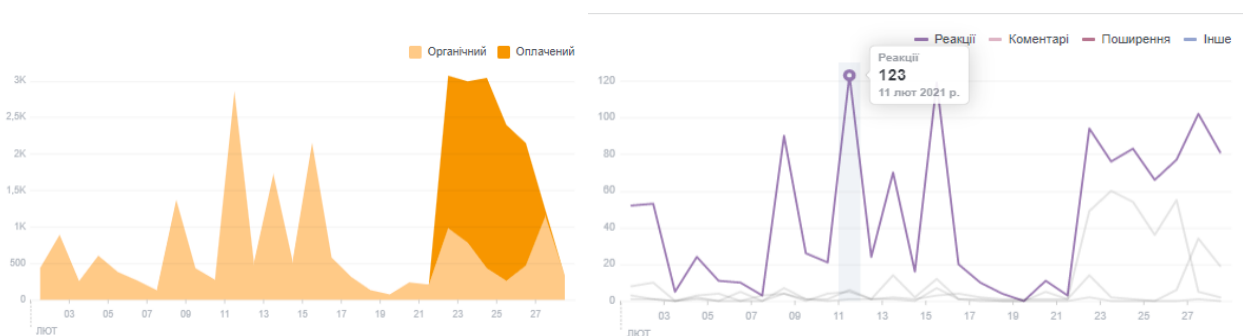


Рис.2.2 Показники охоплення та реакцій за березень.

Подані вище дані стимулювали до роздумів щодо зміни стратегії ведення сторінки та припиненню платної реклами сторінки загалом (лише поодинокі конкретні пости з певними подіями коли це вкрай необхідно). Адже рекламою ми можемо втрачати ту активну аудиторію, яка була лояльна, та не витримала надокучливих рекламних постів, а кількість охоплень та реакцій не збільшується відповідно витраченим фінансовим ресурсам.

З травня ми вирішили припинити працювати через платну рекламу та зробити акцент на якісних інформативних постах, які будуть мати структуровано викладений матеріал, який інформує, легко читається та запам'ятовується, надихає, мотивує та стає поштовхом до духовного збагачення.

Щодо органічних вподобань сторінки за 2021 можна побачити суттєві збільшення показників, до прикладу за травень місяць без реклами сторінки вподобань було 72 (2020 - 28), у вересні 53 (2020 - 39), у листопаді 41 (2020 - 10). Отримані дані слугують підтвердженням успішної концепції створення нових рубрик та оновленого контенту, який зацікавлює потенційних підписників, спонукає стежити за сторінкою.

Якщо дивитись на загальну статистику (див.рис.2.3) щодо вподобань сторінки Комісії у Facebook (Meta) з 18.01.21 по 07.01.22 то вона вкотре підтверджує обрані цілі Комісії щодо органічного збільшення підписників сторінки та показує їх поступове, систематичне збільшення.



Рис.2.3 Загальна кількість позначок «Подобається»

На кінець грудня сторінка вже перетнула показник вподобань - 5310 людей. Це більше ніж на 1,1 тис. за цілий рік з урахуванням того, що з травня місяця сторінка взагалі не мала рекламних просувань [23].

На засіданні комісії командою було узгоджено план дій щодо стратегії роботи сторінки Комісії на платформі Facebook (Meta) та сформульовано, що основною місією сторінки є створення актуального контенту, який є

інформативним, має естетично-візуальну складову, мотивує та надихає, є цікавим та корисним для душпастирів та молоді загалом.

Нам особливо важливо, аби в наших постах людина знайшла те, що дасть їй структуровано подану інформацію щодо важливих подій в питаннях душпастирства РКЦ, простимулює до певних роздумів та допоможе духовно розвиватись і естетично надихатись.

Якщо проаналізувати сторінки за грудень місяць 2020 та 2021, то можна побачити суттєві відмінності у показниках статистики та стратегії ведення сторінки загалом.

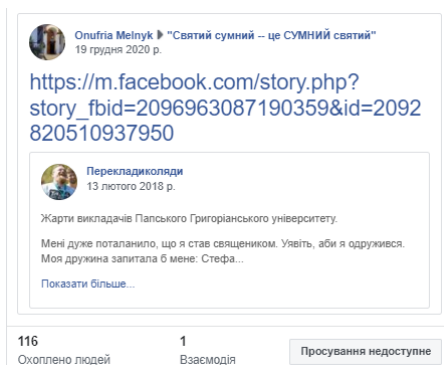
На грудень 2020 року сторінку наповнювали спеціалісти, які мали суттєво інше бачення, як має виглядати контент сторінки. Основними характеристиками контенту була велика кількість постів та незначна взаємодія з аудиторією, відтак низькі охоплення.

За грудень постів було 40 (тобто в деякі дні було більше одного посту), з них лише один перетнув позначку охоплення 1 тис. людей і набрав 4,1 тис. (пост зі звітом про подію Комісії). Кількість реакцій усіх постів в середньому лише 12.6 людини [23].

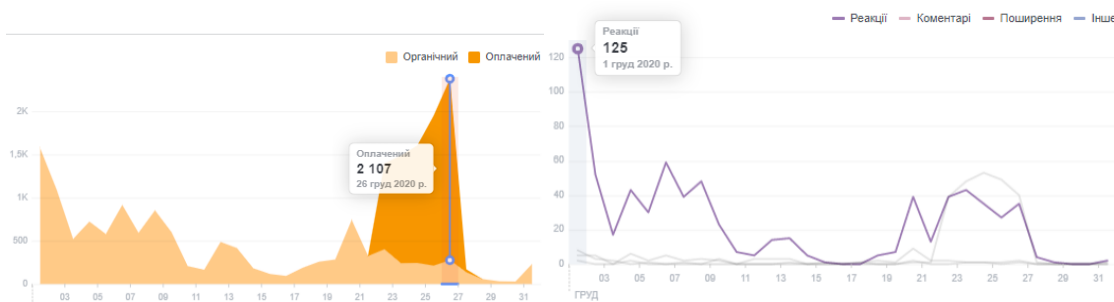
03.12.2020 12:48	 ОАЗА ЄВАНГЕЛІЗАЦІЇ для 18+ 27.12.2020-2.01.2021	 	169	 2  7	
03.12.2020 10:48	 <a href="https://vrciro.org.ua/ua/statements/uccro-statement-">https://vrciro.org.ua/ua/statements/uccro-statement-</a>	 	98	 0  0	291   10 3
02.12.2020 15:45	 ДУШПАСТИРСТВО МОЛОДІ У КАМ'ЯНЕЦЬ-	 	4,1K	 148  199	144   6 3
01.12.2020 22:33	 	 	109	 6  1	136   21 1
01.12.2020 22:22	 	 	159	 1  4	181   1 4

Загалом акцент роботи був на кількості постів, а не на якості (структурованості інформації, естетичній складовій) та цікавості поданого контенту для підписників.

У постах на сторінці було багато репостів з інших джерел, зображення без структурованого тексту, звичайні посилання без чіткого меседжу тощо.



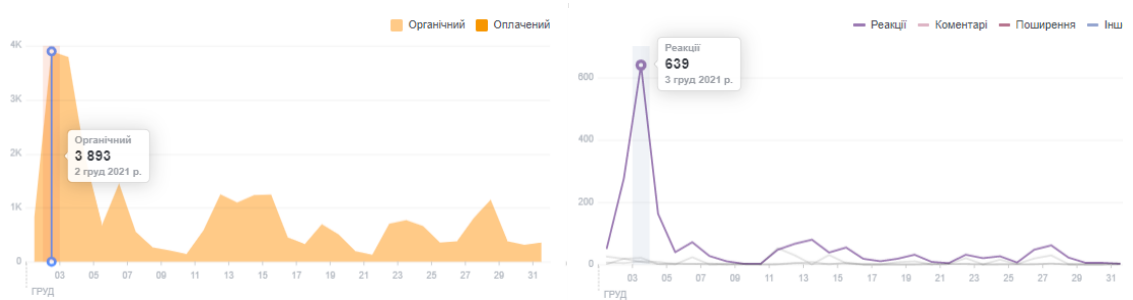
Так виглядав один з дописів за 19.12.2020, без роз'яснювального тексту, чіткої інформації та продуманого візуалу теми.



Оплачене охоплення допису було на своїй максимальній позначці 2107 (26.12), а органічне - 1569. Реакцій максимум 125 (01.12) і це навіть не в рекламні дні платного охоплення. Органічна кількість тих, хто вподобав сторінку становило 17 людей, 8 відписалось [23].

Проте, у грудні 2021 змінили стратегію інформування, кількість постів становила 18, найбільша кількість охоплення посту становила 5,3 тис., а кількість постів, яка перетнула позначку 1 тис. становить аж 10, що склало понад 50% від загальної кількості постів на місяць [23].

Дата	Титул	Охоплення	Реакції	Коментарі	Поширення	Інше
23.12.2021 21:38	Четвер - день молитов про покликання 🙏 Кожне	1,5K	35	59		
19.12.2021 20:00	Сьогодні в нашій рубриці #вихіднийкінозал даруємо	1,1K	60	71		
15.12.2021 18:33	Новорічна зустріч у стилі Taize у Львові 🙏 На	2,8K	247	133		
13.12.2021 20:00	#СилаСлова від Папи Франциска на період	2,3K	36	147		
04.12.2021 15:48	🙏 4.12 відбувся останній день заключної сесії	3,4K	460	285		
04.12.2021 00:29	🙏 II день школи душпастирства молоді 🙏	861	28	47		
03.12.2021 23:56	🙏 II день Школи душпастирства молоді 🙏	1,8K	136	82		
03.12.2021 14:30	🙏 2.12.21 розпочала свою роботу III та	5,3K	428	258		



Пост з найбільшою кількістю органічного охоплення становив - 3893 (03.12), і це більше ніж на 1,5 тис. більше ніж платного охоплення на грудень 2020. Реакцій найбільше 639 (03.12), а загалом за місяць середній показник реакцій становить - 88,1, що в 7 разів менше ніж рік тому. Кількість органічних вподобань на сторінку становило 26 людей, 8 відписались [23].

**Ефективність вашого допису**

5 283 Охоплення аудиторії

258 Реакції, коментарі та поширення

227 Подобається	66 До допису	161 До поширень
15 У захваті	1 До допису	14 До поширень
4 Коментарі	0 До допису	4 On Shares
12 Поширення	11 До допису	1 До поширень

428 Натискань на дописі

221 Перегляди світлин	0 Кліки посилання	207 Інші кліки
-----------------------	-------------------	----------------

**НЕГАТИВНИЙ ВІДГУК**

1 Приховати допис	0 Приховати всі дописи
0 Позначити як спам	0 Зняти уподобання сторінки

Приклад посту з найбільшою кількістю охоплення - 5283 (03.12) [23].

Такі дані дають розуміння активної аудиторії, яка взаємодіє з контентом, цікавиться тим, що викладається, соціально схвалює та ділиться контентом, який бачить на сторінці, а це дає розуміння, що поставлені завдання вирішуються успішно та сторінка стає більш цікавою та інформативно наповненою без надлишкового контенту включаючи ті матеріали, які знайшли своїх активних та зацікавлених читачів.

Листопад 2021 був насиченим в кількості постів з найбільшими статистичними показниками. Два пости зайняли топ місця серед тих, які є органічним охопленням серед усіх постів за цілий рік - 12.11 пост про звіт IV



зустрічі директорів та відповідальних за навчальні заклади (8.9 тис. органічне охоплення та 417 реакцій) [23].



А 13.11 пост рубрики #Вихіднийкінозал з фільмом про Жанну Д'арк (9.1 тис. органічне охоплення, реакцій 57 ) [23].



Також за листопад 2021 в топ 3 пости з найбільшою кількістю загальних позначок “Подобається” потрапили пости з рубрик #СилаСлова (29.11 - 85) [23].

Нещодавній контент ↓	Тип	Охоплення	Позн «Подобаєт»
	Четвер - ден... 11 лист. 2021 р.	2,3 тис.	84
	Новий тижде... 8 лист. 2021 р.	2,1 тис.	67
	#СилаСлова ... 29 лист. 2021 р.	1,8 тис.	85
	Четвер - ден... 4 лист. 2021 р.	3,3 тис.	108

Та щотижневий пост “Четвер - день молитов про покликання” (04.11 - 108 та 11.11 - 84) [23].



Окрім цього за рік ведення сторінки в топ постів за охопленням також увійшли пости про святих Католицької Церкви Дона Боско (19,1 тис.) та Папу Івана Павла 2 (6,3 тис.) [23].


Якщо говорити про актуальність створених рубрик, а саме #Вихіднийкінозал, то пости цієї рубрики 4 рази на рік були першими за кількістю охоплення за цілий місяць (в лютому, червні, жовтні та листопаді).

Комісія у справах душпастирства молоді РКЦ  
23 жовтня 2021 р.

Сьогодні в нашій рубриці #вихіднийкінозал підбірка християнських фільмів, які розповідають історії людей, чий життєвий шлях надихають та мотивують

Діліться у себе на сторінках та пишіть в коментарях ваші улюблені фільми, які викликають особливі відчуття після перегляду

<https://velychliviv.com/top-5-polskyh-hrystyianskykh-filmiv.../>



VELYCHLIVIV.COM  
Топ-5 польських християнських фільмів, які надихають жити

Отримайте більше вподобань, коментарів і поширень  
Після просування цього допису він буде показуватись більшій кількості людей.

1 312	1 297	Просувати допис
Охоплено людей	Взаємодія	

42  
362 поширення

1 312	Охоплення аудиторії	
1 139	Реакції, коментарі та поширення	
742	37	705
Подобається	До допису	До поширень
24	5	19
У захваті	До допису	До поширень
11	0	11
Коментарі	До допису	On Shares
362	362	0
Поширення	До допису	До поширень
158	Натискань на дописі	
0	137	21
Перегляди світлина	Кліки посилання	Інші кліки


НЕГАТИВНИЙ ВІДГУК

0	0
Приховати допис	Приховати всі дописи
0	0
Позначити як спам	Зняти уподобання сторінки





Наведена статистика може оновлюватися із затримкою і відрізатися від показаної в дописах.

Саме за жовтень місяць пост з цією рубрикою набрав найбільшу кількість реакцій - 1139, з них поширень зі сторінки було аж 362, а загальна кількість лайків перетнула позначку 700, що є найбільшими показниками за 2021 та 2020 роки [23].

Додаткове підтвердження актуальності та результативної діяльності створеної рубрики #Вихіднийкінозал, пост якої за 28.08 знову опинився за кількістю реакцій на першому місці з позначкою в 938 [23].

28.08.2021 10:54	 Сьогодні в рубриці #вихіднийкінозал	2К	104 938
---------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----	------------

Рубрика #СилаСлова також є цікавою для підписників, адже своїми даними середніх показників охоплень близько 1,5-2 тис. та наявністю лайків в межах 20-30 показує, що людям цікава така рубрика [23].

15.07.2021 13:05	 Четвер - день молитов про покликання 🙏	2,5К	80 319
10.07.2021 14:41	 Наша рубрика #СилаСлова дарує вам	3,6К	284 398
12.10.2021 10:14	 #СилаСлова сьогодні говорить в особливий	2,4К	
04.11.2021 18:12	 Четвер - день молитов про покликання 🙏	3,3К	76 143

Загалом, створені рубрики #СилаСлова та #Вихіднийкінозал, щотижневі пости в день молитов про покликання та загальні інформативні пости про події

Комісії та у житті Церкви загалом, які представлені на сторінці показують активність аудиторії, яка відгукується на згенерований контент, що є цікавим та потрібним сучасним християнам, які вже є підписниками сторінки та одночасно є актуальним для розповсюдження в ідейно близьких групах, аби збільшувати підписників.

Сторінка Комісії має також свій профіль в Instagram, яку веде інший член медійної команди і розповсюджує там аналогічну інформацію щодо діяльності Комісії. Ми усвідомлюємо, що молодь більше дивиться та читає саме Instagram

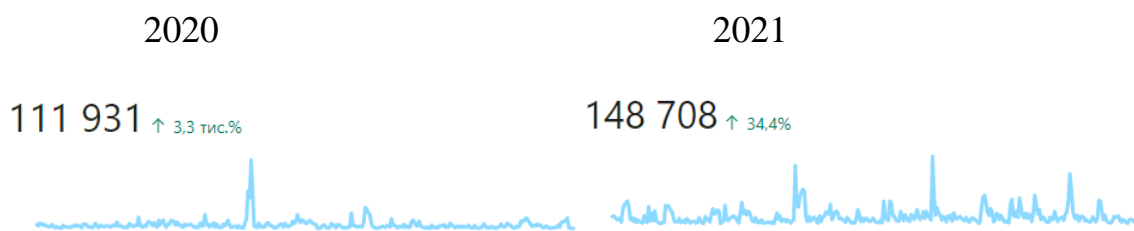


, саме тому команда вирішила зробити діяльність сторінки у Facebook (Meta) сфокусованою на душпастирів, катехитів та представників духовенства, які працюють з молоддю і більше наближені до вікового сегменту, який показує статистика, але синхронно робити контент більш молодіжним, легким, стисло-інформативним та надихаючим.



Ми усвідомлюємо, що відповідний контент, який читають катехити та усі, хто працює з молоддю і дотичний до діяльності з нею, має бути особливо обізнаним тією інформацією, яка цікава зараз молоді. Завдяки нашій рубриці з кінофільмам можна завжди бути готовим до цікавого вечора та роздумів про щось глибоке та духовне на основі сюжету. Інформація, якою ми ділимося щодо подій Комісії, реколекцій та різноманітних зібрань завжди доречна та необхідна, аби продовжувати навчатися, здобувати нові уміння та навички, навіть після основної базової освіти. Адже працюючи з молоддю завжди важливо йти в ногу з часом, розвиватися та пізнавати світ з усіма її нововведеннями в усіх сферах життя. Бути наповненим якісною інформацією, аби передавати її молоді на семінарах та форумах, під час зустрічей та різноманітних подіях.

Якщо говорити про охоплення сторінки, то за 2021 рік її показники зросли на 34.4% [23].



Активність сторінки суттєво відрізняється від показників за 2020 рік, не зважаючи на платну рекламу, чисельні охоплення та просування постів впродовж року [23].

Основний акцент під час ведення сторінки відповідно до стратегії за час керування нею був зроблений на:

- інформувальні пости щодо подій Комісії (форуми, зустрічі, семінари, навчання) та Церкви загалом (християнські свята, спомини святих, молитва про покликання), які мають структуровано викладену інформацію (з використанням впізнаваних смайлів, відступів між абзацами, відредагованим текстом відповідно пріоритетно важливої інформації тощо) та візуалом;
- ведення створених рубрик #СилаСлова та #Вихіднийкінозал з підібраним естетичним візуалом з ресурсу Unsplash та завчасно згенерованим текстовим контентом (цитати, підбірки фільмів тощо).

Всі пости були виставлені відповідно аналітиці актуального часу, коли аудиторія найбільш активна та після виставлення відбувалось розміщення згенерованих постів на сторінках, на які підписана Комісія: *Католики України, Католики в сети, Молодь Бога Отця Милосердного, Францисканська Молодь, Молодь Парафії св.Флоріана, Друзі Сестер Бенедиктинок в м.Житомирі, Порадьте фільм, Крокую з Богом* та інші.

Відповідно аналітичним даним на основі досвіду ми створили рекомендації щодо ведення сторінки християнської спільноти в мережі Facebook (див. Додаток Б).

Отже, аналіз та отримані дані статистик за рік роботи допомогли нам обґрунтовано підтвердити правильність поставлених цілей щодо місії нашої сторінки в Facebook (Meta) та доцільності оновлення контенту. Ми на базі даних презентуємо успішну реалізацію завдань (зворотній зв'язок про обов'язки виконані завдання від Заступника Голови Комісії душпастирства молоді РКЦ о.Міхала Воцяла SDM див. Додаток Г), у вигляді наявного збільшення органічного охоплення оновленого цікавого та корисного контенту, який має високі охоплення та активну взаємодію з підписникам. Адже нашій команді важливо було і є не просто збільшувати аудиторію в кількісних показниках і генерувати не продуманий контент у великих кількостях, а збирати спільноту однодумців, яка цікавиться життям душпастирства молоді РКЦ та слідує за її інформуванням в соціальних мережах щодо майбутніх та проведених подій, яка долучена до роботи з молоддю чи безпосередньо є нею та ділиться тим контентом, який генерує сторінка щотижня.

### **Висновки до розділу**

В розділі описані статистичні дані щодо створеного контенту для Сторінки Комісії у справах душпастирства молоді РКЦ, наочно проілюстровані збільшення охоплення, взаємодії з аудиторією та етапи збільшення кількості підписників органічним чином за час впровадження нового контент-плану на Сторінці. Також були описані нові рубрики, які були створені на базі аналізу аналогових християнських груп в мережі. Продемонстровані звіти статистики щодо збільшення активності саме цих нових рубрик та те, як вони знайшли відгук серед піснисників, отримали великі охоплення та реакції аудиторії. Також представлені варіанти сторінок інших християнських спільнот в мережі Facebook (Meta), які аналізувались на початковому етапі створення контенту.

## ВИСНОВКИ

У ХХІ столітті смартфон став головним атрибутом людини, без якого важко уявити свій день. Соціальні мережі та інтернет загалом стали невід'ємними в житті кожного. На сьогодні, саме гаджети стали платформою для збереження важливих моментів у фотогалереї та на сторінках соціальних мереж Facebook (Meta), Instagram, Twitter тощо.

Мережа інтернету для багатьох стала першим місцем, де людина дізнається останні новини, які сталися у світі, проводить свій вільний час за переглядом фільмів/відео, спілкується в різноманітних месенджерах, блогах, додатках.

Церква також не стоїть осторонь діджиталізації суспільства і активно пеерходить в мережу, створюючи різноманітні блоги, сторінки в соціальних мережа та активно комунікує з вірянами через онлайн ресурси.

Цей перехід в онлайн і прийняття його Церквою відкрив нові можливості для представників духовенства, релігійних журналістів та комунікаційників. Адже ці оновлення активно демонструють, що необхідно формувати нові комунікативні стратегії для церковних організацій, завдяки яким цільова аудиторія зможе отримувати актуальний, перевірений, цікавий та корисний контент на християнських платформах, який буде надавати необхідну інформацію, надихати її та духовно розвивати.

У роботі нами було розкрито питання комунікації в Церковному середовищі та суспільстві загалом, місце та роль медіа в церковних колах та важливість залучення ЗМІ для підвищення рівня обізнаності населення в питаннях Церкви.

Завдяки дослідженням нам вдалося отримати результати та проаналізувати стан релігійності України, її рівень довіри до Церкви та Церковно-релігійного самовизначення населення. Окрім цього, завдяки аналізу зібраних даних, ми отримали показники щодо готовності українці приймати вчення, які пропонує Церква, та рухатись шляхом духовного збагачення.

Також в роботі нами було описано про доцільність та необхідність представників духовенства та душпастирів переходити в активну комунікацію на просторах інтернету, створювати сторінки в соціальних мережах та комунікувати з вірянами в онлайні.

Ми простежили завдяки отриманим даним досліджень та можемо зазначити, що активність населення на просторах інтернету значно збільшується (особливо за останнім рік у зв'язку з пандемією), кількість населення, яка користується телефонами складає більше 5 млрд людей, а лідируючим джерелом отримання новин та інформації сучасної людини (за даними Reuters) є саме соціальні мережі – 72%.

Опрацювання отриманої інформації та аналіз досліджень дає нам підтвердження того, що роль Церкви в житті нашого суспільства значуща, людині важливо бути долученої до спільноти, відчувати єдність та співучасть, довіряти і бути почутою. А саме інтернет став тією новою платформою, яка і може слугувати майданчиком для комунікації духовенства та вірян. Саме тому церковним представникам важливо бути сучасними в цифрову епоху, генерувати цікавий та корисний контент, який буде цінним для вірних, стимулювати підписників до рефлексії та більш глибокого пізнання в духовних темах.

У проєкті ми зосередились саме на створенні якісного та корисного контенту для Сторінки у справах душпастирства молоді РКЦ. Нами було проаналізовано медіаполе аналогових сторінок в соціальних мережах та проведено спостереження за варіантами їх комунікації з підписниками та активністю на сторінці. У результаті аналізу було створено дві рубрики #СилаСлова та #Вихіднийкінозал, які своїми даними статистики показали, що знайшли відгук у підписників, зайнявши топові місця по даних статистики серед постів, маючи високу взаємодію з аудиторією, охоплення та кількість вподобань. Завдяки новому контент-плану, активному та систематичному розміщенні постів

на сторінці Комісії вдалося досягти органічного збільшення кількості підписників та підняти показники активності сторінки загалом.

У роботі представлено розгорнутий аналіз статистики та звіт щодо показників по підписникам, активності сторінки, постам, вподобанням та загалом згенерованому контенту за час ведення сторінки.

На прикладі власного творчого доробку ми презентували зразок контент-плану Сторінки у справах душпастирства молоді РКЦ та приклади постів. Крім цього в часі роботи над проектом нами було сформовано короткий список рекомендацій щодо ведення сторінки християнської організації в мережі Facebook (Meta).

Простежили, що перехід в мережу інтернету християнських осередків збільшується і Церква потребує комунікаційників та свідомих спеціалістів, які будуть генерувати якісний та корисний контент з духовною складовою, що буде корисним підписникам.

У проекті показати приклад контенту для християнської організації, пости якого є естетично оформленими, інформація структурованою та логічно-послідовною, а основні сили мають на меті духовно збагатити підписників, надихнути та підняття обізнаності в питаннях християнства.

Таким чином ми усвідомлюємо, що етап створення контент-плану для Сторінки у справах душпастирства молоді РКЦ є важливим чинником, який веде до поставлених цілей щодо органічного збільшення аудиторії підписників, активній діяльності та свідчення морально-етичних принципів Римо-Католицької Церкви на широкий загал в мережі онлайн.

А щодо подальшої діяльності ведення сторінки ми усвідомлюємо, що даний етап створення нового контенту не є завершенням, і в подальшому необхідно буде систематично та більш детально аналізувати ринок, знаходити нові інструменти та технології, аби мати можливість наповнювати сторінки сучасним, корисним та актуальним християнським контентом, який людина залюбки буде дивись сама й ділитися з іншими.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бенедикт XVI Священик і душпастирство в цифровому світі: нові засоби масової інформації на служінні слова – Проповідь на Всесвітній день комунікації. 2010 [Електронний ресурс] // Папа Бенедикт XVI. – Режим доступу: <http://surl.li/bebrx>
2. Бенедикт XVI. Соціальні мережі: портали істини і віри; нові простори для євангелізації – Послання на 47-й Всесвітній день комунікації. 2013 [Електронний ресурс] // Бенедикт XVI. – Режим доступу: <http://surl.li/bebrw>
3. Бойко А. Релігія і політика в медіа: особливості сприйняття інформації молодіжною аудиторією // Збірник праць науково-дослідного центру пресознавства. – Львів, 2013 – Вип. 3 (21). – С. 307-318.
4. Гадьо Н. Католицька Церква і комунікація: від слова до онлайну / Наталія Гадьо // Теле- та радіожурналістика. — Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. — 2014. — № 13. — С. 182–191.
5. Директор РІСУ Тарас Антошевський: «Церкви починають значно конструктивніше ставитись до ЗМІ» [Електронний ресурс] // Новомедіа. — Режим доступу: <http://surl.li/bebqv>
6. Душпастирство [Електронний ресурс] // Українська релігієзнавча енциклопедія. — 2015 — Режим доступу: <http://surl.li/bebfx>
7. Іван Павло II, Папа. Інтернет — новий форум для проголошення Євангелія. 2002 / Папа Іван Павло II // Церква і соціальна комунікація: Найголовніші документи Католицької Церкви про пресу, радіо, телебачення, інтернет та інші медіа / [упорядник і наук. ред. М. Перун]. – Львів : Видавництво Українського Католицького Університету, 2004. – С. 418–421.
8. Іскра С.І. Офіційні документи Римо-Католицької Церкви у галузі використання засобів масової комунікації [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://surl.li/bebpr> Католицька Церква про соціальну комунікацію [Електронний ресурс] // RISU. — 2004 — Режим доступу: <http://surl.li/bebgg>

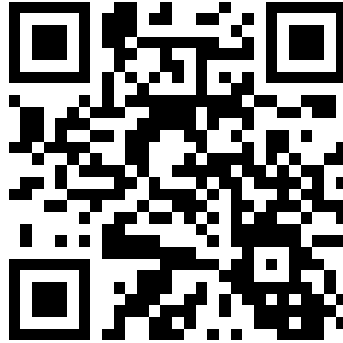
9. Конфесійна та церковна належність громадян України [Електронний ресурс] // Соціологія Центру Разумкова – Київ, 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/bearn>
10. Кюпперс А., Шалленбург П. ДОСАТ. Що нам слід робити? Соціальне вчення Католицької Церкви / [пер. О. Гринчук. – К.: НП «КМЦ», 2021. – 320 с.
11. Маринович М. Митрополит Андрей Шептицький і принцип «позитивної суми» / передмова Адріана Сливоцького. — Львів: Видавництво Старого Лева, 2019. — 248 с.
12. Молодь для Христа, Україна / YFC Ukraine [Електронний ресурс] // Фейсбук. — Режим доступу: <http://surl.li/bebog>
13. Молодь парафії св.Флоріана [Електронний ресурс] // Фейсбук. — Режим доступу: <http://surl.li/bebhf>
14. Особливості релігійного і церковно-релігійного самовизначення громадян України: тенденції 2000-2020 рр [Електронний ресурс] // Інформаційні матеріали Центру Разумкова. – Київ, 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/htpw>
15. Оцінка громадянами ситуації в країні, рівень довіри до соціальних інститутів та політиків, електоральні орієнтації громадян [Електронний ресурс] // Соціологія Центру Разумкова – Київ, 2020. – Режим доступу: <http://surl.li/beavf>
16. Патріарша комісія у справах молоді УГКЦ [Електронний ресурс] // Фейсбук. — Режим доступу: <http://surl.li/bebhq>
17. Про свободу совісті та релігійні організації [Електронний ресурс]: Закон України від 23.04.91, ВВР, 1991, № 25, ст.284 // Законодавство України: сайт. — Режим доступу: <http://surl.li/beawh>
18. Протеро С. Вісім релігій, що панують у світі: чому їхні відмінності мають значення / Стівен Протеро [пер. з англ. В. Пунько]. – К. Форс Україна, 2021. – 464 с.
19. Скленар І. Особливості функціонування релігійних Інтернет-видань України / І. Скленар, І. Скварко [Електронний ресурс] // Збірник праць Науково-

- дослідного інституту пресознавства. – 2012. – Вип. 2. – С. 271-281. – Режим доступу: <http://surl.li/beaux>
20. Словник української мови: в 11 томах. — Том 4, 1973. — С. 254.
21. Соціальна мережа [Електронний ресурс] // iGroup. – Режим доступу: <http://surl.li/beavj>
22. Соціальні мережі: різні аспекти впливу на людину [Електронний ресурс] // Українське право. — 2017 — Режим доступу: <http://surl.li/bebfk>
23. Сторінка Комісії у справах душпастирства молоді РКЦ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://surl.li/beavo>
24. Статут Комісії у справах душпастирства молоді при конференції Єпископату Римо-Католицької Церкви України — Львів, 2014 – Режим доступу: <http://surl.li/bebee>
25. Україна: дослідження споживання та сприйняття медіаконтенту [Електронний ресурс] // Thomson Reuters Foundation — Київ, 2020. — Режим доступу: <http://surl.li/bebhv>
26. Фейсбук та Інстаграм в Україні [Електронний ресурс] // Plusone social impact. – Київ, 2021. – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/beahb>
27. Християни мобілізуються для ефективного медіа-служіння [Електронний ресурс] // RISU. — 2010 — Режим доступу: <http://surl.li/bebfo>
28. Церква і медіа. Сім кроків до порозуміння / Бабинська С., Завадська Ю., Карапінка М., Кулигіна О. – Вид-во “Ездра”, 2012. – 240 с.
29. Чутова Н. П. Стратегія розвитку медіа-культури української молоді в інформаційному суспільстві / Н. П. Чутова [Електронний ресурс] // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. - 2014. - Вип. 61. - С. 148-153. - Режим доступу: <http://surl.li/bebos>
30. Юраш А. Церква, політика, комунікація: термінологічні студії // Вісник Львів. ун-ту, Серія Журналістика, 2002. Вип.22. — С. 189.
31. Урина Н. В. Церковь online: вечное и виртуальное [Електронний ресурс] // Наталья Урина. – Режим доступу : <http://surl.li/bebrc>

- 32.Уровень доверия к Церкви зависит от поведения священнослужителей — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://surl.li/bebha>
- 33.Kemp S. Digital 2021 October Global Statshot Report [Электронный ресурс] // Simon Kemp. – 2021. – Режим доступа: <http://surl.li/bears>
- 34.Most popular social networks worldwide as of October 2021, ranked by number of active users [Электронный ресурс] // Statista. – 2021. – Режим доступа: <http://surl.li/smtm>
- 35.Relationships and communication [Электронный ресурс] // BetterHealth Channel. — Режим доступа: <http://surl.li/bebfy>

**Сторінка Комісії у справах душпастирства молоді РКЦ**

посилання на сторінку <https://www.facebook.com/juvanima.ukr.net>



QR посилання на сторінку

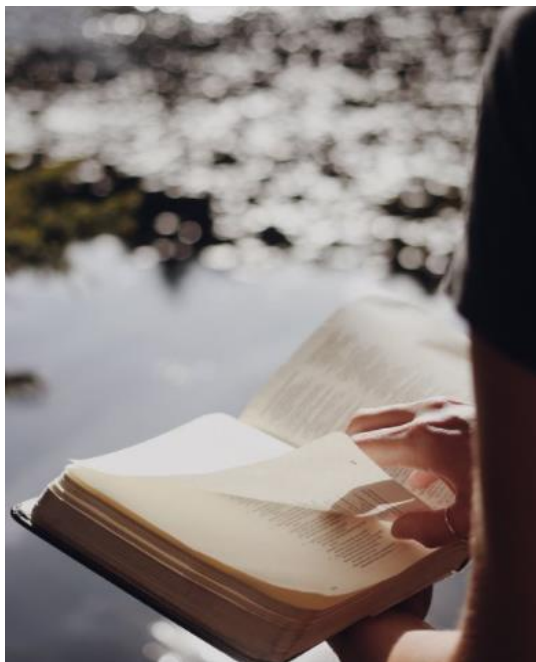
**Скріни стрічки сторінки з текстами та візуалом:**

#СилаСлова на новий тиждень представлена словами святого Дона Боско про доброту 📖

Буття добрим полягає не в тому, що ти не скоюєш жодної помилки; буття добрим полягає у посіданні волі виправитися.

Джерело: <https://credo.pro/2019/01/151041>

Зображення: Unsplash, Jessica Delp.



Сьогодні в рубриці #Вихіднийкінозал ділимося підбіркою християнських фільмів про прекрасний період Різдва Христового

Бажаємо приємного перегляду та гарного настрою 😊

Діліться в коментарях вашими улюбленими фільмами про новорічно-різдвяний період 📺

<https://velychlviv.com/top-5-chudovyh-hrystyanskyh.../>



VELYCHLVIV.COM

### Топ-5 чудових християнських фільмів про Різдво

Сьогодні християни східного обряду відзначають величне свято...

Школа анimatorів християнських таборів 14 -16 січня 🙏

📍 Місце: смт. Тиврів, вул. Тиверська 18

👉 Кошт перебування: добровільна пожертва

📝 Реєстрація - до 12 січня включно за тел. (Viber, Telegram):

0967051994 о. Вадим Дорош OMI

0961680703 о. Христофор Махельський OMI.

📄 Для неповнолітніх обов'язкова письмова згода батьків ( згоду можна завантажити за посиланням

[https://docs.google.com/.../1sGVbXGnYlvjet9Mtk.../edit... \)](https://docs.google.com/.../1sGVbXGnYlvjet9Mtk.../edit...)

Кількість учасників обмежена.

📌 При реєстрації потрібно вказати: Ім'я, прізвище, вік, місцевість звідки приїжджаєш та номер телефону.

💡 В часі формаційних зустрічей плануємо:

- підготувати анimatorів до літніх християнських таборів - дати їм практичні навички - допомогти зрозуміти їм їхні прямі обов'язки та тотожність анimatorа.

📌 На кінець зустрічі анimatorи отримують сертифікат та пам'ятку з обов'язками анimatorа.

📌 Початок зустрічі у п'ятницю о 18:00 Службою Божою, а закінчення у неділю 13:30.

Сердечно запрошуємо!

Зображення: Unsplash, Ronak Valobobhai



Четвер - день молитов про покликання 🙏

Папа Франциск про покликання говорить такі слова:

🙏 «покликання – це шлях, який триває протягом усього життя». Покликання стосується молодості, як часу для розуміння того, який напрямок слід взяти, щоб відповісти на Боже запрошення, і дорослого життя «в перспективі плідності та розрізнення добра, яке слід здійснити».

🙏 «Життя призначене для того, щоби принести плід в любові, й це стосується покликання до святості, яке Господь дав усім, кожному на його власній дорозі»

🙏 «Ніхто не може здійснювати життєвий вибір лише для себе; покликання завжди є для інших та з іншими»

Більше думок Папи про покликання можна прочитати за посиланням

<https://www.vaticannews.va/.../papa-pro-poklykannya...>

Зображення: Unsplash, Jon-Tyson



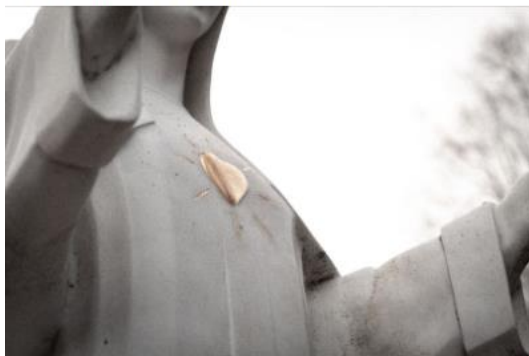
#СилаСлова на початку 2022 року від Папи Франциска з його промови, яку він проголосив 1 січня з нагоди урочистості Пресвятої Богородиці Марії 🙏

"Вчитися від Діви Марії, як переживати конфлікт між ідеальним та реальним"

Усю промову можна прочитати за посиланням на ресурсі VaticanNews

<https://www.vaticannews.va/.../propovid-papy-1-sichnya...>

Зображення: Unsplash, Milo Weiler



В нашій рубриці #вихіднийкінозал ділимося підбіркою Різдвяних фільмів для вас і вашої родини на святковий період від ресурсу CREDO 🎬

1. «Це прекрасне життя»
2. «Сім янин»
3. «Грінч, викрадач Різдва»
4. «Різдвяна історія»
5. «Ласкаво просимо, або Сусідам вхід заборонений»
6. «Подарунок на Різдво»
7. «Джек Фрост»
8. «Нескінченне Різдво»
9. «Полярний експрес»
10. «Щасливого Різдва!»
11. «Хроніки Нарнії: Лев, чаклунка та шафа»
12. «Ельф»



CREDO.PRO

**12 різдвяних фільмів для всієї родини**

12 різдвяних фільмів для всієї родини  
Головна / Новини 25 Грудня 2020, 14:30  
154254 Різдво — це чудовий час, який можна..

👉 Зустріч у Лісабоні стає все ближчою 🙏

З 1 по 6 серпня 2023 року відбудуться Світові Дні Молоді у Португалії 🇵🇹

🔗 За посиланням можна буде знайти більше матеріалів щодо СДМ 2023 📄

<https://juvanima.org.ua/.../sv%d1%96tov%d1%96-dn%d1%96.../>

🗣️ Кожен СДМ вимагає хорошої підготовки з точки зору змісту, над яким роздумуватиме молодь, згуртовуючись протягом кількох днів в мовних групах.

📌 Тему щорічних зборів визначає Святіший Отець, спрямовуючи до молоді так зване ПОСЛАННЯ.

✅ Під час СДМ розуміння цього тексту поглиблюється під час зустрічей – «триденної катехизації».

Також під час підготовки на місцях молодь бере участь у духовній підготовці, яка складається з тематичних та молитовних зустрічей.





### Контент-план сторінки Комісії + приклади постів створених рубрик

Дата та час (приблизний) для публікації		ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	НД
		11:00 20:00	протягом дня	протягом дня	11:00 20:00	протягом дня	12:00 / 21:00	12:00 / 21:01
<b>Тип контенту</b>	мотиваційно - надихаючий (власна рубрика + якісне зображення)	Щотижнева рубрика #СилаСлова						
	інформаційно - пізнавальний (звіти зустрічей\форумів\ навчань)	за наявності події (переважно у вт чи ср.)						
	пізнавально - духовний (текст молитви або фраза роздум)				День молитов про покликання			
	інформаційний (посилання з інших груп\ресурсів відносно подій в Церкві тощо)	за наявності події (переважно у пт. чи сб..)						
	розважальний (власна рубрика + посилання з іншого ресурсу\групи)							Рубрика вихідного дня #Вихідний кінозал

### Пости за грудень 2021

#### 1. Рубрика #СилаСлова

#СилаСлова від Папи Франциска на період Адвенту 

Адвент – це неустанний заклик до надії..

Наш Бог – це «Бог з нами», який ніколи нас не залишає, допомагаючи «відкривати сенс нашої мандрівки» та «значення щоденності», вливаючи в нас мужність під час випробувань і болю, визволяючи нас від загроз.

... Бог – це Бог, Який приходить, Який постійно приходить. Він не розчарує наше очікування, Господь ніколи не розчарує! Він може змусити почекати, пережити якийсь момент у пітьмі, щоби дозріла наша надія, але ніколи не розчарує. Господь завжди приходить, завжди поруч із нами. Іноді, не дає Себе побачити, але завжди приходить.

Грудень 2020

о. Тимотей Т. Коцур, ЧСВВ Радіо Ватикан

Джерело: <http://osbm-hoshiv.in.ua/?p=5598>

Зображення: Unsplash, Jessica Fadel



## 2. Рубрика четверга - День молитов про покликання

Четвер - день молитов про покликання 🙏

Кожне покликання є вічним. Бог покликав тебе перш ніж ти народився, ти належав Йому від початку твого існування. Він чекав на тебе доти, поки ти не знайшов в собі сили прийняти Четвер - день молитов про покликання

Його запрошення. Не існує «легких» покликань. Так само як і раніше, так і сьогодні впливають на прийняття нашого рішення батьки, знайомі, друзі.

Протягом тисячоліть незмінним залишається сам факт покликання. Люди досвідчують його по різному. Часом воно приходить раптово, часом – внаслідок довгих роздумів і переживань. Ісус покликав від початку своєї публічної діяльності, покликав тих, які повинні були залишити усе, щоб послідувати за Ним.

В часі роздумів над своїм покликанням дуже важливим є наявність духовного товариша. Добре було б як би таким товаришем став священник, який має досвід духовного життя і може не тільки вислухати, а й дати необхідну пораду.



### **3. Рубрика вихідного дня #Вихіднийкінозал**

Сьогодні в нашій рубриці [#вихіднийкінозал](#) даруємо вам підбірку чарівних різдвяних фільмів, де можна зустріти героїв зі справжніми християнськими цінностями ◆

Список фільмів:

1. Божественне народження
2. Різдвяні апельсини
3. Чорне Різдво
4. Різдвяне переживання
5. Різдвяна свічка
6. Ангел по сусідству
7. Різдвяна Надія
8. Різдво з Великої Літери
9. Я Вірю

## 10. Розпал Різдва

Пишіть в коментарях ваше улюблене кіно, яке з задоволенням дивитесь в період Різдвяних та новорічних свят 📺

<https://cherkasu.com/10-chudovix-rizdvyanix-filmiv-z...>

**Рекомендації щодо ведення сторінки християнської спільноти\організації в соціальних мережах, а саме Facebook (Meta):**

1. Промоніторити медіаполе щодо наявних цікавих рубрик відповідно потреб та зацікавлень Вашої цільової аудиторії.
2. Сформувані унікальні рубрики (з #) саме для Вашої сторінки на основі аналітики та моніторингу наближених за цінностями груп.
3. Сформувані базу даних якісних зображень для подальшого розміщення їх на Вашій сторінці (як приклад Unsplash - безплатна база якісних фотографій на різноманітні тематики) та зберегти її на Вашому електронному носії.
4. Зібрати в одну папку на вашому браузері усі цікаві та корисні статті, матеріали, ресурси.
5. Створити контент-план як в спеціальних додатках SMM Planner, Dlvrit, Kuku.io та ін., так і в Google таблиці, Business Suite від Facebook (зараз Meta), таблиці Google docs тощо.
6. Панувати розміщення постів в дні та години найбільшої активності Вашої аудиторії (можна подивитись в статистиці сторінки в розділі “Дописи”).
7. Під час створення посту використовувати різноманітні смайли та емоджі для привертання уваги та розділення інформації, аби вона не була єдиним полотном.
8. В постах в першому абзаці посту писати найважливішу інформацію з яскравими смайлами, які будуть акцентувати на ній увагу, аби людині було легше сприйняти її та запам’ятати.
9. Робити звіти з усіх подій вашої спільноти\організації з обов’язковим використанням фотографій з місця події та процесів, які відбувались на ній.

10. Після розміщення посту ділитися ним на усіх сторінках партнерів\ суміжних організацій\загальних сторінках християнських груп в мережі.
11. Комунікувати з Вашими підписниками на сторінці, відповідати на їх коментарі, реагувати на їх відправлені смайли\емоджі, заохочувати ділитися власними думками та враженнями в коментарях.
12. Вказувати авторів усіх зображень та будь-яких матеріалів, якими ділитесь у себе на сторінці.

Офіційний лист від Заступника Голови Комісії о.Міхала Воцала SDM



№ 3/1 від 17.01.2022 року

м. Житомир

Для пред'явлення за місцем вимоги

Вікторія Вострякова веде сторінку Фейсбук Комісії душпастирства молоді при Конференції Римсько-Католицьких єпископів України від початку 2021 року.

В обов'язки Вікторії входить:

- додавати інформацію, пов'язану з діяльністю Комісії душпастирства молоді;
- три рази на тиждень писати пости;
- раз на тиждень вести рубрику «Сила слова» з цитатами видатних людей;
- раз на тиждень – розмістити пост на тему покликать;
- на вихідних – вносити пропозиції щодо перегляду християнських фільмів.

Вікторія сумлінно виконує обов'язки, що прописані в стратегії, систематично додаючи пости. Знаходить цікавий матеріал, який набирає достатню кількість переглядів. Як виконавець конкретної роботи (ведення рубрик зі стратегії та додавання постів) Вікторія показала себе добре.

За рік кількість вподобань сторінки збільшилось з 4139 до 5314.

Заступник Голови  
Комісії душпастирства молоді

о.Міхал Воцал SDB

