

# БЛАГОВІСНИК



4. 2025

Тема номера  
**Медіаслужіння:  
можливості та  
виклики**

...ля настає  
Син граде!





Колектив редакції «Благовісника» (зліва направо):  
Віктор Мокійчук, Василь Мартинюк, Ольга Міцевська, Юрій Вавринюк,  
Людмила Андрієнко, Дмитро Довбуш та Володимир Шолом.



Працівники журналу — частина команди офісу місії «Голос надії».

Тема номера:

**Медіаслужіння:  
можливості та  
виклики**



**У номері:**

- 2 **Юрій ВАВРИНЮК.** 33 роки благовістя
- 4 **Юрій КУЛАКЕВИЧ:** «Інформування, що веде до змін, має велике значення»
- 7 **Комунікаційна стратегія, сторітелінг та сила Святого Духа**
- 10 **Ірина НАУМЕЦЬ-КОТВИЦЬКА.** 5 лайфхаків роботи з медіа
- 13 **Богдан ГАЛЮК.** Взаємодія місцевої церкви зі ЗМІ
- 15 **Як створити студію з нуля? 12 кроків від «Кроку назустріч»**
- 18 **Церква і медіа. Криза: перетворення води на вино**
- 20 **Віктор ВОЗНЮК:** «Медіа — інструмент донесення біблійної освіти широкому колу»
- 23 **Віктор ВОЗНЮК.** Інтернет-євангелізм
- 26 **Блогосфера: можливості та небезпеки**
- 26 **О. ГЕНІШ:** «Однією з найбільших небезпек блогерства є непідзвітність, відсутність відповідальності»
- 28 **М. ГАЛЮК:** «Люди відгукуються на чесність...»
- 31 **Р. ЦУМАН:** «Блогерам і пасторам потрібно подружитися»
- 33 **Вадим КОРОЛЬЧУК.** Чотири поради блогеру від пастора
- 35 **На Київщині пройшов Медіаретрит УЦХВЕ**
- 36 **Єлизавета КОРНІЙЧУК.** Чому я мовчала чотири роки?
- 38 **Наша історія. Періодичні видання часів становлення п'ятдесятницького руху в Україні**
- 40 **Анатолій КОЗАЧОК:** «Відчути серце братства»
- 43 **Рекомендації щодо присутності священнослужителів УЦХВЕ в соціальних мережах**
- 44 **Крейг КІНЕР.** Дух дає нам сили для поширення Євангелії
- 46 **Антон КУКСА.** Коли кінець? Або Чому, Боже, ти мовчиш?

У номері використані фото з архіву журналу «Благовісник», сайту УЦХВЕ, сайту [unsplash.com](https://unsplash.com) та інтернет-ресурсів

На першій та другій сторінці обкладинки фото Віктора Мокійчука

# Благовісник

Щоквартальне видання  
Української Церкви Християн Віри Євангельської  
№ 4 (130) 2025

Редколегія журналу:  
А. Козачок, В. Яцюк, М. Паночко, В. Паламарчук,  
М. Синюк, В. Оніщук, Є. Мельничук,  
Є. Абрамович, О. Міцевська, В. Мартинюк,  
Д. Довбуш, Ю. Троць

**Головний редактор: Юрій ВАВРИНЮК**

Адреса редакції:  
вул. Ольги княгині, 14а, м. Луцьк, 43024

Телефони:  
(0332) 25-44-06  
096 592 1737

**E-mail: [blagovis@gmail.com](mailto:blagovis@gmail.com)**

**[www.blag.org.ua](http://www.blag.org.ua)**



Розрахунковий рахунок  
UA 03 305299 00000 2600 5010810824,  
код 23253886  
картка 5169 3305 2430 4471  
у Приватбанку м. Луцька  
Отримувач: РХЖ Благовісник

Свідоцтво про реєстрацію КВ № 3574 від 30.11.98

**Над номером працювали:**  
Ольга МІЦЕВСЬКА, Віктор МОКІЙЧУК,  
Дмитро ДОВБУШ, Василь МАРТИНЮК,  
Володимир ШОЛОМ



Друк: ПП «Естеро»  
тел. 098 22 62 444  
[esterorv@ukr.net](mailto:esterorv@ukr.net)

Наклад 2400 примірників

При передруку посилання на «Благовісник»  
обов'язкове.

Надіслані матеріали не рецензуються і назад не повертаються.



## 33 роки благовістія

«Для всього свій час...» — сказав колись премудрий Соломон. «Час родитися, і час помирати...» Нам може не подобатися ця фраза, але така реальність життя. І ці слова стосуються практично кожної речі на землі. Свій початок та кінець має життя людини, видиме творіння Боже та творіння людське. Початок та кінець мають імперії, суспільства, могутні лідери історії. Та й наша планета згідно зі Словом Божим теж має свій кінець...

Як це не прикро, але сьогодні ми змушені повідомити читачів про припинення випуску друкованої версії журналу «Благовісник». Я умисне уникаю слів «кінець» чи «смерть» — надто болючі вони для нас. Юридично «Благовісник» як інформаційний орган не закривається. Можливо, із часом він набуде інших, більш сучасних та дієвих форм. Але звична для тисяч читачів друкована версія йде в історію. «Для всього свій час» — настав час і останньому номеру часопису Української Церкви ХВЄ.

Коли доводилося про це розмовляти з читачами та служителями, які добре знайомі з журналом, чувся жаль із приводу такого непросто-

го рішення. Але воно продиктоване швидкою зміною інформаційних стратегій у наш час та низкою інших об'єктивних та суб'єктивних причин. В останні роки кількість читачів «Благовісника» значно зменшилася. До того ж відчутними стали й фінансові проблеми. Так що зупинення друкованого варіанту видання певною мірою прогнозоване, хоча й болюче як для нас, так і для читачів, які дотепер підтримували нас.

Був час народжуватися цьому виданню. То був важкий період: і економічно, і психологічно, час, коли ламалися звичні устої життя та свідомості. Але для християн це був момент неймовірних можливостей, час, вимолений поколіннями благовісників, які жили та служили в умовах атеїстичного терору. Кінець 1980-х — початок 1990-х років вибухнув потужним спалахом евангелізацій та проповіді Слова Божого. Усіма способами та методами. Зокрема й через засоби масової інформації.

Розуміючи великий вплив друкованого слова, евангельські християни розпочинають випуск газет, журналів, буклетів та брошур. Ці видання були ще недосконалими, недостатньо професійними, але це був потужний голос евангелізації.

І от на цій хвилі серед старших служителів Союзу Церков ХВЄ України (так тоді називалося об'єднання) народилася думка видавати свій журнал. Ось як згадує про це перший редактор журналу Лілія Босович: «Коли наша церква в 1990 році перейшла в приміщення, що на вулиці Жовківській, 8, я, як журналістка і новонавернена християнка, дуже хотіла бути корисною. Я зрозуміла, що це мій новий і найважли-

віший обов'язок — ділитися Словом спасіння з іншими, і що важко переоцінити роль друкованого слова, зокрема такої потрібної справи як видання християнського журналу. Ми, як активісти цієї справи, разом із Р. Біласом, В. Боечком, часто збиралися і розмовляли на цю тему, говорячи один одному про ті можливості, які дає друковане слово. Коли було вирішено видавати журнал, тоді я сказала, щоб думали, як назвати його. Я подумала, що ми будемо благовістити, тож і журнал назвемо «Благовісник». І брати погодилися».

Лілія залишила роботу у світській пресі й приступила до першого номера часопису. На жаль, праця Лілії Босович у цьому виданні закінчилася через важку хворобу батька, за яким потрібно було доглядати. Вона встигла лише зібрати матеріали, підготувати частково до друку тексти та ілюстрації. Друкування зупинилося майже на пів року. Керівництво Союзу звернулося до Віктора Котовського — професійного журналіста з Криму. Він погодився на переїзд до Києва та з ентузіазмом приступив до нової роботи. Перший випуск «Благовісника» побачив світ у лютому 1992 року.

Так було до 1995-го. Сімейні обставини завадили Віктору Котовському повноцінно працювати над журналом, тому він попросив звільнення. Тодішній голова Союзу Микола Мельник із братами шукали нового редактора. Так сталося, що в одній із поїздок по Україні він розповів про цю проблему директору місії «Голос надії» Миколі Синюку. Микола Петрович згадав про мене. Я тоді редагував однойменну місійну газету. Пропозиція була цікава та приваблива. Але я не міг через сімейні

обставини працювати в Києві, тому одна з моїх головних умов була така — перенести редакцію до Луцька. На той час у місії була непогана технічна база і, головне, сформований гарний колектив. Київські служителі дали згоду, і я приступив до нової роботи. Як показало життя, ідея перенести редакцію в офіс місії була Божим благословенням. Протягом десятиліть дві редакції — газети та журналу — ішли пліч-о-пліч, підтримуючи та підсилюючи одна одну. Місія «Голос надії» надала безоплатне приміщення, доступ до технічних засобів і, що важливо, духовну, моральну й навіть частково фінансову допомогу у виданні часопису. Такий довгий та плідний період життя журналу був можливий саме завдяки такій співпраці. У нас склалися гарні стосунки з обласним об'єднанням церков ХВЕ у особі Степана Веремчука, а пізніше — Михайла Близнюка. Працівники офісу місії та обласної канцелярії брали активну участь у формуванні тем та матеріалів журналу.

Отже, наприкінці 1996 року в Луцьку вийшов перший (і єдиний того року) номер журналу.

Із того часу розпочалася нелегка, але захоплююча та благословенна праця нашого видавничого колективу над «Благовісником». Оглядаючись назад, ми дякуємо Богові за всі ідеї, обговорення, іноді суперечки на засіданнях редакції. Дякуємо за критичні зауваження та підказки від служителів та читачів. Але найбільше дякуємо Богові за сили та натхнення згори, за відкриття та осяяння під час роботи над темами часопису. Кожен із нас особисто зростав разом зі своїм улюбленим виданням.

Робота над журналом змінювала нас самих, учила та розширювала духовні обрії. Було цікаво й водночас хвилююче бачити, як ми пере-

живали у власному житті те, про що писали. Училися самі й прагнули допомагати вчитися іншим, витримуючи баланс між очікуваннями аудиторії та навчальним контентом. Ми намагалися порушувати гострі теми й не мовчати в часи потрясінь, через що нерідко наражалися на критику, але були щирими у своїх мотивах — шукати вирішення проблем, про які мало говорять у християнських колах.

Я дякую Комітету УЦХВЕ, членом якого я був усі ці роки, за спільне служіння — усім старшим служителям обласних об'єднань, керівникам департаментів і канцелярії. Дякую старшим служителям Церкви — уже покійному Миколі Адамовичу Мельнику, Михайлу Степановичу Паночку та Анатолію Миколайовичу Козачку. Відчуття єдності, спільної праці та спільної мети додавало сил та оптимізму в роботі. Особливо цінною для мене була особиста допомога та підтримка старших служителів у моменти знесилення чи тимчасових проблем.

Окрема вдячність усім працівникам та керівництву місії «Голос надії», частиною якої стали працівники журналу. Ми були однією родиною та разом робили Божу справу, разом працювали, відпочивали, ділили успіхи та невдачі.

І, нарешті, не можу обминути увагою наших дружин і чоловіків, наших сімей, яким щиро дякую, бо разом із нами несли тягар служіння, жертвували собою, своїм часом, а іноді й здоров'ям заради тої праці, яку ми виконували безпосередньо на робочих місцях.

І, звичайно ж, дякуємо читачам часопису, які духовно, молитовно та фінансово підтримували нас. Зустрічі з читачами в церквах, відгуки допомагали у формуванні матеріалів журналу, підтримува-

ли нас, коли з тих чи інших причин опускалися руки. Дякуємо вам, що ці десятиліття ви були з нами!

Але найбільша подяка, звичайно ж, Богові, Який був організатором, лідером та натхненником служіння протягом усіх 33 років. Йому, ім'я Якого ми благовістили, нехай буде слава й подяка за цей довгий та благословенний час.

Вважаємо, що журнал «Благовісник» за ці роки виправдав свою назву й з честю виконав поставлені завдання та служіння на певному етапі Української Церкви ХВЕ. Тепер — нові обрії та можливості для нових методів, нових працівників у нових та складних умовах служіння людям. Залишається незмінним лише головне завдання — благовістити. Віримо — Той, Хто давав сили нам у нашому служінні, допоможе і новим поколінням благовісників доносити Євангелію до людей, духовно та емоційно підтримувати їх на непростих життєвих дорогах.

«А Тому, Хто може зробити значно більш над усе, чого просимо або думаємо, силою, що діє в нас, Тому слава в Церкві та в Христі Ісусі на всі покоління на вічні віки» (Еф.3:20-21).

*Із любов'ю та повагою  
Юрій Вавринюк  
та колектив редакції  
журналу «Благовісник»*

**Останній номер «Благовісника» ми присвятили темі, яка була усі ці роки головним напрямком нашого служіння, тема, якою ми жили, мріяли, надихалися, яку ми намагалися розкрити та популяризувати серед читачів. Вона була нашими радощами і нашим боєм, нашим інструментом в досягненні високої цілі благовістя. Тема, яку ми, як естафету, передаємо молодим працівникам медіаслужіння і в якій, в міру сил та можливостей, будемо залишатися надалі.**



Інтерв'ю до теми



## Юрій Кулакевич: «Інформування, що веде до змін, має велике значення»

**Про ситуацію у сфері медіаслужіння Української Церкви ХВЄ, про здобутки, успіхи, виклики, плани та завдання цього важливого служіння розповідає директор Департаменту зовнішніх та міжнародних в'язків УЦХВЄ Юрій КУЛАКЕВИЧ. Частиною саме цього департаменту є команда медіаслужіння УЦХВЄ.**

**— Чи варто церкві розвивати ЗМІ? На які сфери слід звернути особливу увагу?**

— Без жодного сумніву — варто. Засоби масової інформації та інші інструменти, створені людиною, виникли завдяки Божому дару — потенціалу творити, який Бог вклав у нас. І користуватися цими засобами на добро — природне продовження цього дару.

Особливо важливо це для Церкви. Як казав недавно учасникам осіннього медіаретриту Пітер Померанцев, неінституційна журналістика (церква, бізнес та інші суспільні інститути) буде й далі рости. Адже часто медіа використовують для політичних, бізнесових чи інших вузьких інтересів. Церква ж Христова, маючи потенціал Христа, повинна користуватися медіа, розвивати їх, створювати нові форми інформаційних засобів, бо має унікальне й найвище послання, якого немає ні в бізнесу, ні в політичних структур, ні в будь-яких інших організацій.

Тому, незважаючи на радянський і пострадянський досвід, який показав, що медійні інструменти можуть служити як на добро, так і на зло, ЗМІ повинні використовуватися як інструмент служіння Церкви.

Ситуація сьогодні така: інструментів багато, але використовувати й розвивати варто ті, що найбільш ефективні в сучасних умовах.

Світом керує візуальність. Колись усі читали газети й журнали. Тепер паперові видання майже зникли: або перейшли в онлайн, або втратили аудиторію під натиском соцмереж — Instagram, TikTok, Twitter. Сьогодні все споживається у форматі коротких, стислих форм — кілька десятків чи сотня знаків. І мало хто читає великі, ґрунтовні статті, навіть такі якісні й фахові, як у «Дзеркалі тижня».

Візуальність — не винахід сучасного світу. Господь Ісус постійно навчав через образи, через знаки. Він брав дитину, ставив посеред учнів

і пояснював певну істину. Проходили ланами з колоссям — і там учив. Брав гроно винограду — і показував суть чогось. Візуальність дарована Творцем — і ми завжди найкраще засвоювали саме видимі образи.

Тож нині, без сумніву, треба розвивати візуальні формати. YouTube — для аудиторії мислячої, яка готова дивитися довші відео. Але покоління, виховане Інстаграмом, потребує і коротших, але змістовних візуальних продуктів. Головне — щоб вони були якісними й мали сенс. Кожен медіапродукт повинен мати ціль і зміст.

Я зовсім не применшую текст. Але останні дані показують: понад 70% українців отримують новини з телеграм-каналів. І попри мільярди, вкладені в телемарафон, його майже ніхто не дивиться — навіть бабусі в селах.

Тому наше завдання — давати людям «хліб», тобто потрібний їм контент, але водночас — формувати їхні смаки. Це велика окрема тема.

**— Які завдання стоять перед християнськими ЗМІ? Що вони повинні робити, а чого уникати?**

— Коли ми говоримо про християнські ЗМІ в класичному розу-

мінні, то немає кращої основи для їхньої діяльності, ніж слова Господа нашого Ісуса Христа: «Хай світить світло ваше перед людьми, щоб вони бачили ваші добрі діла і прославляли Отця вашого Небесного».

Я не знаю сильнішого тексту для формування засад будь-якої редакційної команди, яка служить у сфері християнських медіа. Світло має світити. Люди мають його бачити. І через це приходиться до прославлення Отця Небесного.

У практичному вимірі ми керуємося простими, але дієвими принципами. В Українській Церкві затверджено комунікаційну стратегію, ухвалену рішенням Комітету єпископів. І саме нею щодня по-слуговуються обласні пресекретарі, прескоманди та всі, хто працює над тим, щоб інформувати й преобразити — разом, єдиним серцем.

Я досі під сильним враженням від нашого саміту українських п'ятдесятницьких служінь у Сполучених Штатах Америки. І переконуюся: наскільки життєво важливе просте, правдиве інформування. Інформування про реальний стан речей. Інформування про справжній розвиток або, навпаки, занепад. Про реальні плани, рішення, дії відповідальних служителів. Про свідчення «першої особи». Просте, чесне, нічим не прикрашене інформування. Скільки людей підходило до української делегації під час саміту й після нього! «То Церква в Україні так діє? А як це? Ви просто розповіли нам двома-трьома словами — і ми побачили зовсім іншу реальність! Адже тут поширюють зовсім не таке! Як так може бути? Ми ж думали зовсім інакше... Простіть нам».

Інформування, що веде до зміни, до перетворення, до преображення, має велике значення. Це і є те, до чого покликані наші християнські ЗМІ — незалежно від того, як змінюються форми подавання інформації.

Найбільша проблема, із якою сьогодні стикається увесь споживачський світ — і водночас редакції, що прагнуть втримати аудиторію, — це гонитва за клікбейтом і клікабельністю. Усі хочуть, щоб

люди натиснули на гіперлінк і відкрили матеріал. Але водночас по-трібно уникати популізму, уникати гучних заголовків, які виглядають ефектно, а зміст виявляється порожнім і не вартим витраченого часу. Це одна з найбільших загроз, яку я бачу.

Візьмімо, для прикладу, YouTube. Багато редакторів навчилися робити блискучі заставки та неймовірно привабливі заголовки. Людина відкриває відео, сподіваючись побачити «м'ясо». А там — вода, вода і ще раз вода. І наприкінці: «Підпишіться на наш канал». І все. Скільки людей після цього відчувають жаль за втраченим часом!

Друга небезпека — сліпе наслідування трендів. Я завжди нагадую про це на медіаретритах наших обласних команд. Ми повинні пам'ятати: наша справа більша, важливіша й гідніша за будь-які світські чи нішеві ЗМІ. Люди можуть бігати за трендами, підлаштовуватися під них, споживати їх, але завдання Христової Церкви — не наслідувати тренди, а створювати їх.

Тому вже кілька років мій постійний заклик той самий: творіть персони й творіть контент. Формуйте тренди. Показуйте цінність християнського життя. Показуйте красу й глибину служіння. Показуйте цінність безкорисного служіння, цінність приналежності до Церкви.

Показуйте силу християнської родини. Показуйте значення добрих справ. Це все має більшу вагу, ніж будь-який короткотривалий тренд соцмереж.

Адже що ми бачимо? З'явився якийсь тренд — скажімо, п'ятьдесять років тому, коли всі почали обливатися холодною водою. І навіть пастори підхоплювали його. Чому? Бо «всі так роблять». Але якщо ти це робиш — додай смислу! Скажи щось! Адже вода у Святому Писанні має глибоку символіку, велике значення. Та ніхто про це не згадував. Просто облилися — і все. А навіщо? Щоб бути «своїм серед своїх»? Але це — занадто легкий шлях. Тож якщо хочеш приєднатись до тренду — будь ласка. Але додай туди змісту, не обмежуйся тим, що ти просто будеш мокрим.

**— Як би ви могли охарактеризувати теперішню діяльність церковних засобів масової інформації? Яку оцінку їм можна дати?**

— Важко зараз давати точну оцінку медіасередовищу. Наприкінці кожного року відбуваються національні опитування. Я вже не пригадую детально результатів за 2024 рік, але добре пам'ятаю інше: під час війни медіабюджети різко скоротилися або взагалі зникли — і в загальнонаціональних, і в нішевих, і навіть в олігархічних медіа. Команди роз'їхалися, розігналися або евакуювалися за кордон.

Те саме відбулося і з нашими українськими християнськими ЗМІ. Люди поїхали. Хоч обіцяли працювати дистанційно, але на практиці цього не сталося.

Однак цей тренд, спричинений війною, безгрошів'ям, дав нові можливості для християнського середовища, що парадоксально. Після того, як частина команд звільнилася, з'явилися «вільні» фахівці, готові працювати, відкрилися ніші, які можна було заповнити. У 2022–2023 роках я пропонував багатьом людям цим скористатися — перейти від внутрішньоцерковних майданчиків до ширших, спільних. Тоді було легко й швидко вийти на новий рівень інформування та служіння. Чи хтось реально використав ці можливості — побачимо за підсумками року.

Якщо характеризувати прикладну частину роботи наших християнських медіа — і євангельських, і православних — то загальна картина така: ми працюємо переважно «про себе і для своїх». І це не докір. Так і має бути, бо церковні ЗМІ виконують конкретне завдання — донести важливу інформацію від керівництва церкви до її людей: інформувати, навчати, підтримувати. І в цьому наші редакції загалом справляються.

**— Що потрібно вдосконалити?**

— Найперше — якість журналістики повинна зростати.

Юлія Мостова часто говорить, що в Україні немає журналістики. Але це не зовсім так. Так, можливо, бракує постатей рівня Мостової,

але вже з'являється нове покоління — Соня Кошкіна та багато молодих журналістів віком 30–40 років, які набирають ваги, розвиваються, формують професійність.

У християнському сегменті також зростає молодь, яка хоче і може робити добру роботу. Їм потрібна підтримка, натхнення, можливість професійної комунікації, освіти, розвитку. Якщо це забезпечити — матимемо гарний плід.

Якщо звернути увагу на редакторів «газетної доби», то вони, за інерцією, працюють за газетними лекалами минулих часів: погодження, довгі цикли редагування, зважування кожної дрібниці. А реальність інша: сьогодні кожен, хто має мобільний телефон, — одночасно журналіст і одночасно редактор (у сенсі, що нічого не редагує). Людина щось побачила, зафіксувала, опублікувала. І якщо це щось «смажене» — то вже за хвилину розлетілося по соцмережах далеко й широко.

Тому тепер оперативність подання інформації виходить на перший план.

### **— Що може зробити християнські ЗМІ більш конкурентноспроможними?**

— ЗМІ у всьому світі — це дуже дороге задоволення, дуже дорогий інструмент.

Ключова річ у сучасному медіасвіті — знайти справді якісних фахівців, а це завжди дорого. Особливо, якщо йдеться про професіоналів, які вже на третьому, четвертому чи п'ятому курсах університетів встигли спробувати себе у реальних редакціях, виконати фриланс-завдання й зрозуміти власну ціну на ринку ЗМІ.

Навіть великі й потужні християнські медіа, які працюють роками або й десятиліттями та мають підтримку закордонних центрів, часто не можуть дозволити собі таких спеціалістів через обмежені фінансові можливості. Це одна з ключових проблем, хоч і не єдина.

Ми можемо мотивувати, кликати, давати обіцянки, закликати до християнського чи конфесійного патріотизму, але журналісти — це люди з реальними потребами:

їм треба платити рахунки, підтримувати сім'ю та забезпечувати щоденне життя. А будь-який якісний медійний продукт вимагає багато часу — дуже багато часу.

Друга проблема — нам потрібно значно більше молодих людей направляти на суспільно важливі спеціальності, зокрема на журналістику. Нам потрібні юнаки й дівчата, які вступають, вчаться і вже під час навчання отримують підтримку від нашої спільноти, щоб вони повернулися до нас, зростали в професії, долучалися до медіаслужіння й створювали продукт, який матиме цінність у перспективі.

### **— Чому до певного періоду мало уваги приділялося розвитку ЗМІ в УЦХВЄ?**

— Важко сказати однозначно, але, наприклад, на засіданнях комітету УЦХВЄ завжди був присутній головний редактор журналу «Благовісник» Юрій Вавринюк. Тобто, крім керівників департаментів, був присутній медійник, і його голос мав прямий доступ до старших служителів.

Скрізь, де були газети, радіо-програми, а в деяких регіонах навіть телепрограми, — усі вони фінансувалися та підтримувалися обласними об'єднаннями. Тепер, із нашої теперішньої ретроспективи, здається, що того було мало. Але на той час це виглядало цілком нормальним і достатнім. Звичайно, більші зусилля й ресурси тоді, очевидно, спрямовувалися на інші, більш важливі чи навіть невідкладні завдання.

Коли ж постало питання об'єднати медійні зусилля та створити спільну мережу, бо не в кожному обласному об'єднанні церков були люди, відповідальні за медіа, — то перші реальні спроби задля цього розпочалися перед війною, під час карантину. А вже під час війни стало абсолютно очевидно, що Церква робить неймовірно велику роботу, про яку мало хто знає. Люди часто не бачать нашої праці. А знані та шановані в країні люди, як єпископ Володимир Бричка, про яких загальнонаціональні ЗМІ не раз робили матеріали, скромно титруються як

«волонтери». Тобто світські медіа й досі зберігають радянські упередження: Церкву в медіапростір не пускати, а якщо й згадувати — то без чіткої ідентифікації.

Але Христос сказав: «Хай бачать люди ваші добрі діла». Аби люди бачили, треба розвивати власні засоби масової інформації, які формуватимуть добру репутацію Церкви. Має бути видно працю церковних служителів, дияконських команд, евакуаційних груп, душпастирських працівників — щоб суспільство розуміло: це робота Церкви, а не якихось знеособлених «волонтерів».

Тому в нинішніх умовах відповідальність за розвиток церковних медіа — як на місцевому, так і на національному рівнях — тільки зростає. І це завдання стає одним із найважливіших для всіх нас.

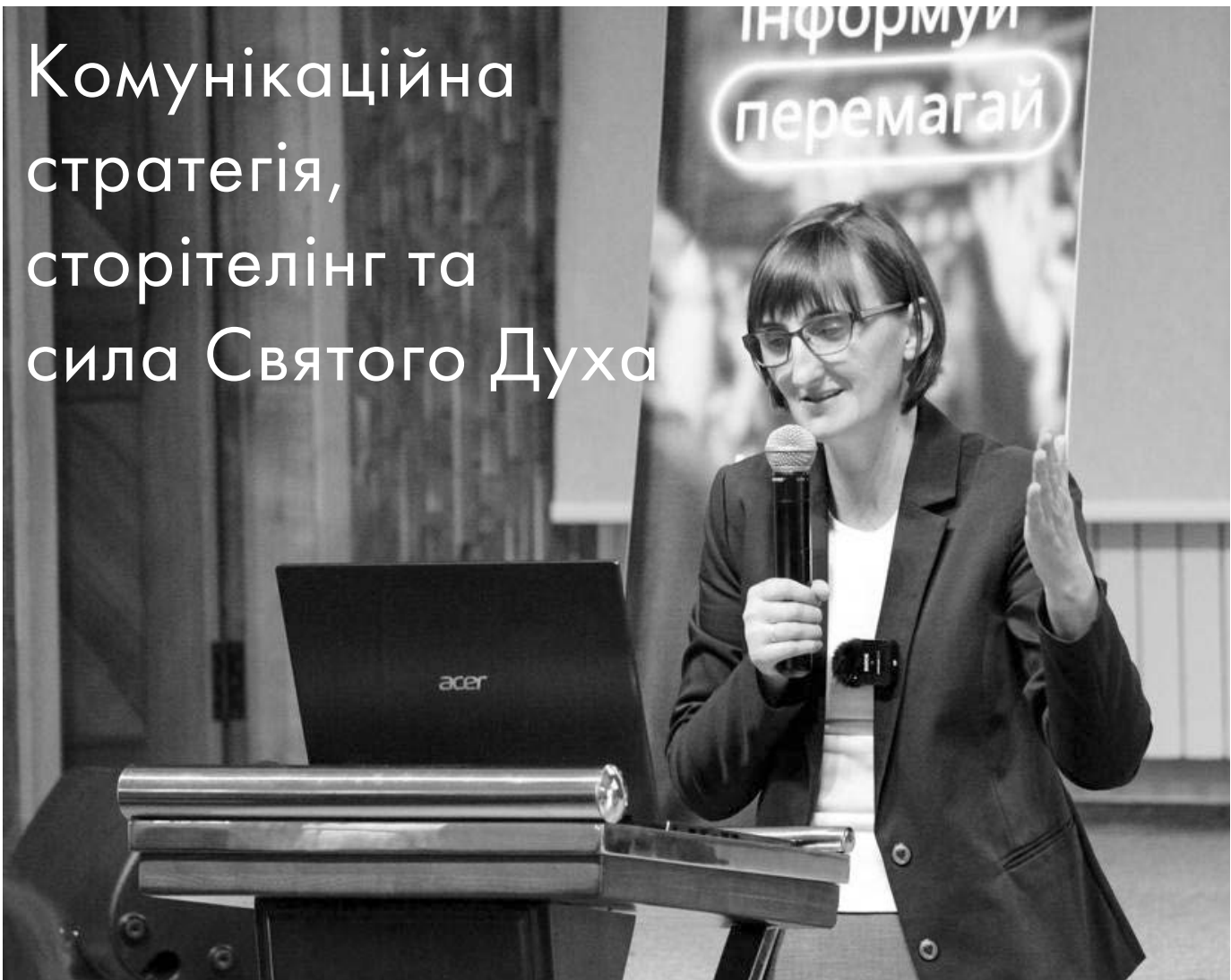
### **— Чи можна сказати, що період карантину й повномасштабної війни став поштовхом для розвитку медіаслужіння в церквах?**

— Напевно, що так. Бачите, карантин навчив нас користуватися Zoom та іншими медійними платформами. Ми побачили, що це працює не лише для внутрішньої роботи, а й чудово підходить для зовнішньої комунікації.

А війна, без сумніву, підштовхнула нас до ще одного важливого кроку — стали свідчити. Адже те, що ми чули десь колись, не давало правдивого розуміння ситуації. Усе змінилося тоді, коли обласні об'єднання церков стали щотижня записувати невеличкі відеоролики про те, що в них відбувається. І друге — стали їх публікувати. Завдяки цьому ми могли побачити обласного пресвітера або когось із пасторів, які зверталися до нас: «Ось ми тут. Ось що відбувається в нашому регіоні» і давали нам, як кажуть, інформацію з перших рук. І всі думали: «Овва! Це ж так просто! Але водночас так якісно, так ефективно допомагає зрозуміти справжню ситуацію в тих чи інших місцях». Отож, до праці!

*Розмовляв  
Василь Мартинюк*

# Комунікаційна стратегія, сторітелінг та сила Святого Духа



Створена улітку 2022 року, медіа-команда УЦХВЕ сьогодні має понад 25 координаторів у складі київського міського й обласних об'єднань та департаментів братства. Центральним інформаційним майданчиком є сайт [chve.org.ua](http://chve.org.ua) й соціальні мережі YouTube, Facebook, Instagram, Telegram, а віднедавна ще й TikTok-акаунт.

За словами координаторки Ірини БОРОВКОВОЇ, медіа-команда багато комунікує: проводить щотижневі планування, періодично — онлайн-тренінги, працює над втіленням комунікаційної стратегії. У цьому інтерв'ю — наша розмова про структуру служіння, виклики сьогодення й перспективи розвитку медіаслужіння.

— Ірино, яким був шлях до створення медіа-команди для обласних об'єднань і для вас особисто?

— Перш ніж сказати про особисте, те, що мене завжди зачіпає «за живе», маю підкреслити одну річ. Медіа-команда УЦХВЕ не є окремим департаментом братства, як дехто думає, ми працюємо як один із напрямків служіння Департаменту зовнішніх та міжнародних в'язків УЦХВЕ, директором якого є Юрій Кулакевич.

До слова, саме завдяки контактам Юрія Петровича ми отримали можливість залучати викладачів із

закордону: минулого року на медіа-ретриті онлайн служили фінські журналісти з дружньої «Авайнмедіа», а цього року — британський журналіст, викладач Ельського університету Пітер Померанцев.

Що ж до передісторії, то, напевно, варто говорити не про сам процес створення медіа-команди (він пройшов досить швидко), а про бачення та форми подачі інформації про Церкву, зрозумілі для сучасного світу.

— І які ж вони мають бути, на вашу думку?

— Пригадую, як на початку 2000-х, коли навчалася в інституті журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, викладач запитав студентів: «Яке ваше основне завдання, як автора новин?» — «Інформувати про події?» — прозвучало в аудиторії. Викладач заперечив: «Інформації про події в нас у добу інтернету є потоки. Ваше завдання — виловити в цих потоках суспільно-важливу інформацію, опрацювати та подати своєму читачеві достовірно, лаконічно та швидко».

Ця проста концепція сформувала моє уявлення про журналістику як про «ремесло» в подальші роки моєї професійної діяльності. Звичайно, без основ — ніяк. Але така проста «картинка світу» стала ламатися вже в 2014 році, коли ми напружено слідували за подіями на Майдані. Досі пам'ятаю той момент, коли в заголовках новин з'явилося повідомлення, що «тітушки» застрелили журналіста В'ячеслава Веремія. Ми чотири роки працювали разом у од-

ній із київських газет, у нього залишилася дружина, теж журналістка, і маленький син. Славик писав класно, професійно висвітлював суспільно-політичні теми... Вірю, що колись у Україні з'являться такі профі-журналісти, які будуть працювати і в нашому, християнському, контексті.

Отож, щодо бачення. Тепер суспільство сегментується за тим, яких блогерів дивиться та яких експертів читає (хтось «розганяє зраду», а хтось, навпаки, дає зважену позицію, копає глибше або ширше). Однак, чим далі, тим більш переконуюся: мало просто інформувати, навіть давати класну аналітику. Щоб реально вплинути на розум і серця українців, ми маємо насаджувати сенси, базовані на християнській моралі та духовності. Та маємо робити це професійно.

#### — І це вдається, на ваш погляд?

— Скажу так: у нас, у команді братства, усе ще попереду. Реальність така, що коли почалася повномасштабна війна, окрім усіх побіжних стресів, прийшло разюче усвідомлення інформаційного вакууму (кажу саме про сегмент, у якому працюємо ми). Частково потребу закрити Віктор Вознюк із проєктом «Хроніки війни» (потім були ще й інші проєкти Департаменту освіти). Доносити «вісті з полів» почав Telegram-канал, який у той час створив і до сьогодні веде Анатолій Кибукевич. Але цього було явно замало. І це бачили старші служителі братства.

#### — І тому вирішили утворити медіа-команду?

— Саме так. Пам'ятаю, як у травні 2022-го їхала на засідання Комітету: під Києвом обабіч житомирської траси ще стояли обгорілі російські танки та авто. Тоді члени Комітету прийняли багато важливих рішень щодо життя і діяльності братства у воєнний час, одне з них — про розвиток медійної сфери.

Братство виділило кошти на закупівлю необхідної техніки для обласних об'єднань: комусь для початку роботи потрібен був фотоапарат, комусь ноутбук, iPhone і т. ін. У червні призначили відповідальних, а у вересні ми вже мали свій перший навчальний медіа-реп

#### — Новий напрямок роботи — це завжди нові виклики: які вони у вас та як їх долаєте?

— Із одного боку, у команді є потреба в постійній профільній освіті. Адже переважна більшість наших координаторів — це люди, які працюють у медіа на волонтерських засадах або за символічну плату, багато хто з них виконують ще й інші служіння в церквах. Із іншого боку, я вірю, що прийде час, коли до наших проєктів зможемо долучати професійних журналістів-християн. Або ще краще (поки що це тільки моя мрія), коли ВНЗ почнуть навчати журналістів-місіонерів, як, наприклад, Київська богословська семінарія «Благодать та істина» разом із Київським медичним коледжем навчають студентів за програмою «фельдшер-місіонер».

Із метою професійного зростання ми проводимо онлайн-семінари та тренінги (раз на один-два місяці для всіх охочих), також пріоритетом є комунікація з координаторами. Важливо, щоб люди відчували себе в команді, відчували плече одного. Щопонеділка увечері є робоча онлайн-нарада, на ній ділимося новинами, плануємо теми на сайт і соцмережі, молимося. Завдяки Фінансовому комітету УЦХВЕ маємо невеликий гонорарний фонд, стараємося преміювати авторів за хороші матеріали.

#### — На початку нашої розмови ви сказали про важливість форми подачі інформації, що актуальні тепер.

— Безперечно, тепер ЗМІ відрізняються від тих, що були ще, наприклад, 10 років тому: друковані видання відходять у минуле. Згідно з дослідженням «Інституту масової інформації» 51% українців отримують новини насамперед із Telegram. На другому місці YouTube — це 25%, на третьому власні акаунти в соцмережах — 22%.

Соціальні медіа сформували те, що ми називаємо «кліповим мисленням». Це здатність сприймати інформацію у вигляді коротких фрагментарних, здебільшого непов'язаних між собою кліпів (уривків). При цьому фокус — на емоційному фоні, а не на глибокому аналізі змісту.

Нам треба навчитися виготовляти контент про життя Церкви, який у соцмережах люди не будуть одразу прогортати. А тим, хто звик читати аналітичні статті, у тому числі в суспільно-політичних виданнях, давати якісний християнський контент.

Нова інформаційна доба створила такі поняття, як, наприклад, «сторітеллінг». По суті це старе як світ мистецтво розповідати історії, але в соціальних медіа (у нашому християнському контексті — свідчення). Яскраві розповіді з героями та сюжетом замість сухих фактів — це те, до чого звик наш читач і глядач (потенційно саме та людина, якій ми маємо донести Євангелію). Щоб їх розповідати грамотно, знову ж таки, треба вчитися. Це ціла наука, яка лежить на стику інтернет-маркетингу, журналістики та PR.

Я особисто періодично беру онлайн-курси по медіа, які проводять як секулярні ЗМІ, так і трапляються досить круті християнські програми. Інформацією про них ми періодично ділимося в нашому Telegram каналі «Медіа УЦХВЕ». Якщо ви бачите себе в інформаційному служінні, ласкаво просимо, приєднуйтеся до каналу!

До речі, про сторітеллінг: ми обрали його за основу при написанні контент-плану, що додається до комунікаційної стратегії.

#### — Розкажіть детальніше про комунікаційну стратегію?

— Її створили у 2024 році, команда авторів працювала під керівництвом Юрія Кулакевича та професійної піарниці Ірини Котвицької. Пріоритетними стали три напрямки, які на річній конференції того ж року презентував у стратегічній доповіді старший єпископ УЦХВЕ Анатолій Козачок — це доктрина, місія та душеопікунство.

У кожній із цих сфер ми поставили та обґрунтували медіацілі та виписали завдання. До прикладу, у сфері душеопікунства серед завдань є таке — поширювати позитивний досвід церкви як суспільного інституту, який лікує душу народу. Висвітлювати душеопікунське служіння Церкви через історії та свідчення людей (ветеранів, постраждалих сімей). А також напрацьовувати

інструментарій для спорядження душеопікунів, популяризувати медіаресурси з душеопікунства тощо.

Крім того, у комунікаційній стратегії поставили пріоритети для міжнародної співпраці в медіа. До прикладу, плануємо ближчим часом розмістити на сайті сторінку англійською, а в перспективі створити англійську версію сайту. А ще визначили основні категорії зовнішньої та внутрішньої цільових аудиторій, прописали для них ключові повідомлення — щоб до кожної з аудиторій звертатися її мовою.

Щоб легко знаходити тих, хто зможе дати коментар для ЗМІ або стати героєм публікації, у стратегії ми визначили пул експертів із різних напрямків служіння. Також напрацювали вже згадану контент-стратегію, визначили ключові теми для матеріалів. Основний фокус комунікації — це, звичайно, служіння УЦХВЄ в часи війни. Говоримо про капеланство, соціальне служіння, душеопікунство, служіння пасторів в окупованих та деокупованих територіях. Спочатку презентуємо матеріали в євангельському медіасередовищі, а тоді пропонуємо суспільно-політичним медіа.

Крім того, спонукаємо координаторів напрацювати базу контактів медіа у своєму регіоні. Ну і, звичайно, напрацювали стратегічний контент-план. Хоча, поклавши руку на серце, визнаю, що реалізація цього плану триває досить повільно.

Зрозуміло, що на якісну підготовку матеріалів треба час і ресурси. Тому, із вашого дозволу, хочу попросити наших читачів: моліться за медіа-команду УЦХВЄ та перш за все за медійників у вашій церкві, щоби Бог давав мудрість у служінні та приводив нових здібних людей. Адже ми, як і слу-

жителі, місіонери, капелани, тепер потребуємо керівництва від Святого Духа.

Зрештою, через церковні ЗМІ люди зі світу дивляться на нашу церкву. Тобто зазирнути на сайт, пошукати «що таке УЦХВЄ» в соцмережах — це перше і найпростіше, що

приходить на думку звичайній людині, яка звернула увагу на наклейку з хрестом та книгою (наше лого) на автомобілі волонтерів чи на пакеті з продуктами. Ми маємо бути зрозумілими, цікавими та відкритими для всіх людей.



**Якщо ви знаєте людей віри, які виконують служіння, і оповідь про життя яких може надихнути ще багатьох служити Богу і людям, будь ласка, напишіть на Telegram або E-mail координатора медіа у вашій області**

Область	ПІБ	Telegram/ E-mail
Вінницька	Олександра Данильченко	@p_sashka
Волинська	Ростислав Мартинюк	@Rostyslav_Martyniuk
Дніпропетровська	Михайло Кулакевич	@MishaKul
Донецька Луганська	Регіональний координатор Михайло Кулакевич	@MishaKul
Житомирська	Оксана Хоменко	@OksanaVitalina
Закарпатська	Анатолій Лакатош	lakatoshtt@gmail.com
Запорізька	Степан Тищенко	zp.upc.ua@ukr.net
Івано-Франківська	Надія Фіцик	@Nadiyki
Київська	Вадим Корольчук	@Vadim_kor
м. Київ	Ірина Боровкова	@Iryna_chve
Кіровоградська	Вікторія Гавриленко	@smartvica
Львівська	Оксана Сухарина	oksanasuharina1@gmail.com
Миколаївська	Богдан Свїрдан	@Bohdan_Svirdan
Одеська	Регіональний координатор Богдан Свїрдан	@Bohdan_Svirdan
Полтавська	Богдан Костенко	@KostenkoBohdan
Рівненська	Олександр Геніш	@olexandr_genish
Сумська	Регіональний координатор Вадим Корольчук	@Vadim_kor
Тернопільська	Юрій Притика	@Yurii_Prytyka
Харківська	Яна Лукасік	@janelukasik
Херсонська	Регіональний координатор Богдан Свїрдан	@Bohdan_Svirdan
Хмельницька	Роман Януш	@vrong617
Черкаська	Олександр Жежер	@zhezher
Чернівецька	Олена Войтоловська	@helen_voytolovska
Чернігівська	Юлія Удовенко	uuyyaaaa@gmail.com
Європи	Василь Мигас	@MyhasVasyl



Тема номера

# 5 лайфхаків роботи з медіа

## Для чого, що і як?

Не всі, формуючи контент, мають визначений план, стратегію. Це як човен, який не має конкретного напрямку й пливе за вітром — невідомо, до якого берега він пристане. Тому, починаючи будь-яку справу, важливо відповісти на три ключових запитання. По-перше: для чого ми це робимо? Яка наша мета, місія? Яка наша аудиторія, і що ми хочемо їй донести? По-друге: що саме ми будемо робити? Не варто розвивати церковні медіа тільки тому, що всі їх мають. Можливо, є інші інструменти, які допоможуть досягти мети швидше. По-третє: як ми будемо це втілювати? Після чіткого формулювання мети можна вибудовувати відповідну комунікаційну стратегію й тактику — план дій та оптимальний формат медіаресурсів.

Розглянемо це на прикладах. Припустимо, ми визначили ціль: розказати про діяльність нашої церкви 5000 мешканцям нашого міста. Це навіть більш маркетингове завдання, до якого, звісно, залучені медіапрацівники. Тепер ми оби-

раємо, які соцмережі краще використати, які тексти публікувати, кого з журналістів залучити, у кого взяти інтерв'ю, які проекти запустити... Це дуже масштабна праця. Просто поставивши допис у Facebook, марно надіятися на результат. Або інша ситуація. Людина звертається з проханням: «Я хочу зібрати 5000 доларів на автомобіль для військових. Допоможи, будь ласка, сформулювати допис про збір коштів на Facebook». Я кажу: «Добре, я допоможу. Але лише через допис навряд чи вдасться досягнути бажаної мети. Це системна робота. Важливо, скільки друзів ти маєш на своїй сторінці, що це за аудиторія, чи поширять вони це прохання про збір, чи підключено платну рекламу тощо. Це все треба прораховувати».

## Команда чи людина-оркестр?

У церкві часто буває, що одна людина бере на себе все. Наприклад, коли більше немає кому. Це погана практика, адже можна дуже швидко вигоріти. Іноді й один у полі — воїн, але він рано чи пізно втомиться.

Служіння має бути збалансованим, щоби був час відпочити, відновитися, помолитися, запитати в Бога, куди рухатися далі. Потрібна команда, яка генерує ідеї. Одна людина ніколи не зробить того, що може зробити команда. Медіаслужитель не може бути одночасно журналістом, SMM-фахівцем, таргетологом, сторімейкером, відеооператором, фотографом, блогером... Він не може розбиратися у всьому, деś неминуче буде поверхневим. Та й часу на все не вистачить. Так успіху не досягнути. Найкраще, коли кожен робить те, до чого найбільше лежить душа.

Тому варто визначити пріоритетні напрямки медіаслужіння відповідно до наявних технічних, людських ресурсів та формувати команду, розподіляючи ролі. Перш ніж відкривати якийсь напрямок, потрібно знайти фахівця та кошти. Ось який вигляд може мати церковна медіа-команда:

**SMM** — це ведення соцмереж, дизайн лейаутів, таргетингова реклама. Тепер саме через Facebook, Instagram, TikTok люди дізнаються



про церкву, її проекти, тому без цього просто ніяк.

**Фотограф** — професійна фіксація конференцій, фестивалів, фоторепортажі з волонтерських проєктів. Тепер любительських знімків уже недостатньо. Хороший візуал значить більше, ніж хороший текст.

**Прес-секретар або PR-менеджер** — проведення інтерв'ю, коректне написання прес-релізів, статей для церковної преси та сайту, співпраця з журналістами, налагодження зовнішніх зв'язків із медіа.

**Журналіст** — генерація контенту, пошук інфоприводів, наповнення сайту, підготовка новин та інтерв'ю для внутрішніх та зовнішніх медіа. Тільки соцмереж недостатньо, обов'язково повинен бути сайт, принаймні в обласного об'єднання. Це візитівка, архіватор усіх новин і статей.

**Відеооператор** — зйомка церковних подій, постпродакшн, розвиток YouTube-каналу. Саме відеоконтент тепер набирає найбільшої популярності та найшвидше поширюється.

**Блогер** — допомога SMM-спеціалісту в генерації контенту для соцмереж, розвиток особистої сторінки чи каналу, роль ведучого в церковних телепередачах.

Чесно кажучи, мені ще не доводилося працювати в такому повному складі. Здебільшого над цим усім працюють по 2-3 особи. Тому важливо більше залучати зацікавлених людей. Якщо немає можливості брати фахівців на постійну зайнятість — то хоча б на окремі заходи чи проєкти.

### Як комунікувати зі ЗМІ?

Усі ми хочемо працювати із зовнішніми медіа, але не у всіх це виходить. Будь-яка співпраця починається з довіри. А довіряємо ми тим, кого знаємо. Коли журналіст знає вашу церкву, пастора, йому буде набагато простіше звернутися за певним коментарем чи матеріалом.

Почніть із складання медіабаззи видань та ресурсів вашого регіону, які мають релігійне чи суспільнополітичне спрямування. Це взагалі мастхев (англ. *must have* — повинен мати, необхідна річ, предмет першочергової потреби й постійного ко-

ристування — прим. ред.) для медіавідділу церковного об'єднання. Знайомтеся й вибудовуйте стосунки з редакціями, окремими журналістами. Спробуйте різні підходи. Запрошуйте на церковні події, надсилайте прес-релізи.

Завдання церковних прес-секретарів, журналістів — стежити за тим, як і з якого ракурсу подається інформація про церковні події в зовнішніх медіа. І взагалі за тим, щоб ця інформація подавалася. Адже церква часто робить дуже багато добра, але через її скромність мало хто про це знає. Одним із ключових показників праці PR-менеджера власне і є кількість згадок про церкву в медіапросторі. Так, говорячи мовою маркетингу, формується пізнаваність бренду. А коли церква стає відомою, медіа самі звертаються до неї. Як приклад, можна навести матеріали про волонтерську діяльність пастора з Рівненщини Володимира Брички, які з'явилися на низці всеукраїнських медіа (PICU, «1+1», «Радіо ТРЕК», «Ukraine NOW») і майже на всіх рівненських ресурсах.

Співпраця з медіа — це не лише текст про церковну подію в ЗМІ. Формати можуть бути різноманітними. Наприклад, інформаційне партнерство подій, які організовує церква. Згадка про церкву як головного або часткового спонсора благодійних проєктів міста чи області. Згадка про заходи церкви (партнерство з нею) у соцмережах медіаресурсів із теганням сторінок об'єднання. Інтерв'ю зі служителями, волонтерами — засновниками соціальнозначимих проєктів. Коментар пастора щодо якогось громадського питання, його погляд на соціальні проблеми.

### Які новини не ляжуть у шухляду?

Завдання церковних медіа — розповідати не лише церкві, а й місту, регіону, країні про діяльність своєї спільноти. Для цього потрібно вийти за межі власної бульбашки й спробувати поставити себе на місце людей поза церквою. Говорити їхньою мовою — так, щоб їм було зрозуміло, і про те, що їм близьке.

Банально, але досі актуально: люди звертатимуть увагу на церковні медіа тоді, коли знаходитимуть там відповіді на свої потреби. Тут

можна відштовхуватися від піраміди Маслоу. Перший рівень — базові фізіологічні потреби (дихання, їжа, вода, сон). Другий рівень — потреби безпеки (здоров'я, майно, майбутнє). Третій рівень — соціальні потреби (приналежність, дружба, любов). Четвертий рівень — потреби визнання (самоповага, впевненість, досягнення). П'ятий рівень — потреби самовираження (особистісний ріст, творчість, моральність). Згідно з цією пірамідою будуються закони маркетингу та медіа. Зрозумійте свою аудиторію, слухайте її уважно — і тоді пропонуйте відповідь, яку Христос може дати на їхню проблему. Люди всерйоз замислюються про духовні речі тільки на вищих щаблях. Тому часто, перш ніж проповідувати, потрібно нагодувати. Отож, шукайте ідеї для своїх текстів на основі піраміди Маслоу. Запитайте себе: на яку потребу дає відповідь цей конкретний матеріал, чи вирішує він якусь проблему?

Обирайте доречний формат (інтерв'ю, новина, репортаж) та дотримуйтеся відповідних правил. Іноді текст не беруть саме тому, що він написаний некоректно. Новина має чітку структуру, яку можна зобразити у формі перевернутої піраміди. Сіль тексту має бути вгорі — у заголовку. Він має зацікавити читача. Після заголовку йде «лід» — стислий виклад, який відповідає на питання: хто, що, де, коли, як? Спочатку подаються найважливіші факти, далі — менш важливі. Для автентичності в новині обов'язково мають бути коментарі дійових осіб. Якщо є протилежні сторони, то кожній потрібно дати можливість висловитися. У кінці подається передісторія — що стало причиною описаних подій. Проаналізуйте, чи ваші матеріали відповідають цій схемі. Репортажі, інтерв'ю мають іншу структуру й дозволяють більш креативний підхід.

Отже, кілька підсумкових тез, які збільшать шанси вашого матеріалу. У першу чергу думайте про аудиторію — хто це? Люди з церкви чи поза церквою, молодь чи старші? У кожній категорії — свої потреби. Використовуйте риторику й термінологію, зрозумілу для кожної з них. Будьте точними у формулюваннях, датах, назвах населених пунк-

тів, іменах та регаліях. Придумайте ефективний заголовок-зачіпку, що не залишає байдужим. Виберіть відповідну платформу. Від платформи залежить формат: для соцмереж — коротший, для сайту — може бути більш об'ємний. Не кожна церковна подія є інфоприводом для новин, тим більше для прес-релізів. Створюйте корисний контент, наповнений сенсом, який не просто передає інформацію, а розвиває, мотивує. У нас є Добра Новина — ми маємо чим поділитися!

### Як шукати інфоприводи?

У пошуках інфоприводу насамперед визначте причину й мету події, про яку будете писати. З'ясуйте, хто є її учасниками (служителі, представники влади, науковці). Отримайте програму ще до початку, це



Сайт Української Церкви ХВЕ

дозволить заздалегідь спланувати роботу. Проаналізуйте процес заходу за його складниками: поведінка аудиторії (інтерв'ю, бліц-опитування); побутові умови (замальовка, фоторепортаж); концертна програма (авторська стаття, репортаж); богослужіння (конспект проповіді, свідчення); неординарні події (новина, коментарі).

Наведу кілька прикладів із Малинфесту, де я колись працювала в медіакоманді. Якось один із учасників приїхав із Тернополя до Малина на мотоциклі. Написана мною новина про цей факт розлетілася низкою житомирських і тернопільських ЗМІ, тож про фестиваль дізналося більше людей. Це, власне, зразок використання неординарної події. Ще однією особливістю було те, як кожен регіон оригінально оформляв

місце свого проживання — це про побутові умови. У концертній програмі брали участь відомі служителі, співаки. Також ми готували конспекти цікавих проповідей. Тобто потенційного контенту дуже багато, просто ці моменти потрібно вишукувати.

Які інфоприводи з церковного життя найбільш актуальні сьогодні? Наприклад, церква дуже багато допомагає переселенцям. Про це можна зробити відеоролик — і для наповнення власних медіа, і для залучення спонсорів. Можна взяти інтерв'ю у волонтерів, попросити коментар у когось із переселенців.

Важливо вміти адаптувати контент для різних платформ. Беремо інтерв'ю для сайту, потім готуємо короткий коментар для Facebook, ділимо текст на цитати для банерів в Instagram, монтуємо короткі ролики для TikTok. І все це можна зробити з одного і того ж інфоприводу або з одним і тим же героєм.

І форма, і зміст — важливі. Сама форма без змісту, тобто яскрава обгортка без наповнення — це популізм. Мета популіста — прославитися легким шляхом. Він не відповідає на реальні потреби, а грає на емоціях, щоб привернути до себе увагу. А сам зміст без форми — це, часто, нетактовність. Адже важливо не лише, що ми пишемо, а й як ми це пишемо. Можна говорити правду, але в такій формі, що її не сприймуть. Тому варто замислитися, як її донести. Контент має зміст, якщо ви можете висловити суть написаного одним реченням. Інакше — це про все і ні про що. Відповідно і адресат нічого не запам'ятає. Якщо вам є що сказати, подумайте про обгортку, вдалий формат. При потребі запросіть фахівця, який підкаже, як найкраще це втілити технічно.

### Як створювати сенси?

На основі усього, що я сказала вище, можна сформулювати 5 лайф-хаків роботи з медіа.

1. Сформууйте стратегію — для чого, що і як? Добре, коли стратегія іде згори, тобто від загальної мети. Наприклад: цього року ми хочемо висвітлити діяльність церкви під час війни. Розробляємо план дій — про

що саме хочемо розповісти, які є волонтерські проекти в регіонах, які тексти ми можемо підготувати? Визначте, у чому унікальність кожного окремого регіону — і від цього відштовхуйтеся.

2. Сформууйте медіакоманду. Якісна техніка — це ще не рішення. Рішення — якісна техніка в руках професіонала. Знайдіть тих, кому буде цікаво розвивати служіння, хто має таланти, бачення, і делегуйте їм повноваження. Не перекладайте все на плечі однієї людини, бо її надовго не вистачить.

3. Сегментуйте аудиторію. Розрізняйте, для кого ви пишете, хто є пріоритетним — церковна аудиторія чи позацерковна. Виділіть різні групи і складіть план комунікації з ними. Що ви хочете сказати, яким чином і в який проміжок часу? Контент-план — це таблиця, де розписано, що, де і коли ви будете публікувати.

4. Знайдіть вдалий формат для інфоприводу. Обирайте формат відповідно до платформи. Обгортайте свій зміст — нехай він буде привабливим і для церкви, і для зовнішньої аудиторії.

5. Розповідайте історії. Люди люблять читати про людей. Свідчення можна подавати в різних форматах — інтерв'ю, стаття, допис, відео. Шукайте цікаві історії, які спонукають шукати Бога.

Знайдіть той напрямок, до якого ви відчуваєте покликання. У кожного він буде різним, але однаково важливим. Постарайтеся зробити все можливе, щоб розвинути сферу своєї відповідальності, підняти її на вищий рівень, залишити свій вклад. Залучайте нових людей. Ознака хорошого менеджера — коли він не боїться виглядати менш досвідченим, ніж члени команди, яку він формує. Коли немає цієї токсичної конкуренції, яка поїдає й руйнує ефективність. Це стосується і служителів. Важливо, щоб усі працівники мали правильні внутрішні мотиви, щоб їхні амбіції були спрямовані не на власний успіх, а на спільний результат.

**Ірина НАУМЕЦЬ-КОТВИЦЬКА**

# Взаємодія місцевої церкви зі ЗМІ



Взаємодія місцевої церкви зі ЗМІ здійснюється на умовах взаємної заінтересованості та партнерства: не тільки церква зацікавлена в поданні інформації про свою діяльність, але й ЗМІ зацікавлені в отриманні інформації — надійної, оперативної, цікавої для широкої аудиторії. Технологія розміщення необхідних матеріалів у ЗМІ на безкоштовній основі припускає, що інформація є цінністю для ЗМІ.

## Основні прийоми роботи зі ЗМІ

### 1. Створення інформаційних приводів.

Інформаційні приводи має створювати місцева церква постійно й доводити до уваги ЗМІ. Основні типи інформаційних приводів: поява нової продукції (вихід книги, журналу, фільму); новини загальноплану (зустріч церковного керівництва, гості місцевої церкви, випуск документів, прийняття статуту, з'їзд членів церкви); кадрові новини (представлення нового керівництва, переможців біблійних конкурсів, інтерв'ю зі служителями).

### 2. Матеріали для журналістів.

Прес-реліз — це документ, який поширює місцева церква в ЗМІ з метою широко і оперативно проінформувати громадськість про певні події.

Інформаційний лист — це матеріал, що містить важливу інформацію про місцеву церкву, її служіння,

історію створення та розвитку тощо.

Фактична довідка — інформаційний матеріал, що займає 1–2 сторінки й використовується в основному для відомостей, що містять велику кількість фінансової чи технічної інформації, графіків і таблиць.

Біографія — це основна фактична інформація про конкретну людину. У процесі роботи зі ЗМІ працівники церковної прес-служби заздалегідь готують біографії служителів. Це запобігає можливій неточності журналістів, викликаних відсутністю біографічних даних про перших осіб місцевої церкви.

Заява для преси — інформаційний документ, який призначений для випадків, коли керівництво місцевої церкви хоче публічно висловити свою позицію щодо певної теми чи події.

### 3. Матеріали для безпосередньої публікації в ЗМІ.

Випадок із життя — використо-

вується для розповіді про особливу подію з життя християнина, свідчення про Божі чудеса або вихід із проблемної ситуації.

Авторська стаття — готується служителем місцевої церкви для публікації в ЗМІ.

Оглядова стаття — огляд різних сфер життя суспільства. Такі статті ініціюють як самі видання, так і представники церковної прес-служби. ЗМІ охоче використовують матеріали, що інтегрують досвід євангельських церков у різних сферах.

Інтерв'ю — одна з найбільш поширених форм подачі матеріалу в ЗМІ.

### 4. Організація подій для журналістів.

Прес-конференція — як правило, передують важливій події церковного життя або присвячена обговоренню важливих питань для громадськості та залученню її уваги до вирішення певної проблеми.

Медіа-тріп — це спільна поїздка з журналістами до визначеного місця. Підготовка такого заходу вимагає чіткості та узгодженості дій від організаторів.

### 5. Форми ділового спілкування.

Брифінг — це коротка, стисла в часі інструктивна зустріч церковного керівництва з журналістами із запрошенням представників органів державної влади. Повідомлення на

брифінгу носить односторонній інформаційний характер із ілюстрацією конкретних фактів.

Прийом — це одна з форм зовнішнього та внутрішнього життя місцевої церкви, заздалегідь підготовлена, розроблена й забезпечена церковним керівництвом і працівниками церковної прес-служби для спільного проведення часу з гостями.

Презентація — це представлен-

ня нової продукції місцевої церкви для запрошеної аудиторії.

Дні відкритих дверей — дозволяють усім охочим ознайомитися з діяльністю місцевої церкви, її планами, поставити запитання церковному керівництву.

Круглий стіл — це одна з форм обговорення ідеї, проблеми, що має значення для широких кіл суспільства. Учасниками круглого столу є авторитетні представники науки, бізнесу, ділових кіл, громадських і державних організацій.

### 6. Культура спілкування зі ЗМІ.

Інколи представники світських ЗМІ, готуючи певний матеріал, можуть звернутися до церковного керівництва з проханням про інтерв'ю чи коментар стосовно певних подій, явищ або окремих людей. Пастор місцевої церкви ХВЕ може особисто поспілкуватися з представниками ЗМІ або уповноважити керівника прес-служби своєї церкви чи іншу людину, компетентну у відповідному питанні та з досвідом «спілкування» з відеокамерою.

Представники деяких ЗМІ, які шукають резонансних матеріалів, можуть не попередити про свій приїзд, намагаючись застати служителя зненацька. У такому разі пастору місцевої церкви не треба втікати від відеокамери, закривати її чи власне обличчя рукою або грубо відповідати журналістам. Краще домовитися про зустріч у інший день або відмовитися від будь-яких коментарів. При цьому потрібно бути доброзичливим та ввічливим, щоб не скомпрометувати своєю поведінкою церкву.

Позитивна або негативна роль ЗМІ обумовлюється тим, які саме соціальні сили та з якою метою їх використовують. Могутність ЗМІ виражається в можливостях створення певного іміджу будь-якої організації або релігійного руху, їхніх лідерів, а також іміджу й статусу Церкви. Ми працюємо для того, щоб поширити Боже Царство на землі. Саме тому дбаємо про добре ім'я своєї церкви. «Добре ім'я ліпше, ніж великі багатства» (Пр.22:1).

**Богдан ГАЛЮК,**  
«Богослужбова практика УЦХВЕ»

## Рекомендації щодо написання прес-релізу

1. Прес-реліз, що містить повну інформацію, відповідає на питання: Хто? Що? Коли? Де? Чому? Як?
2. Інформацію зазвичай розташовують у порядку зменшення її важливості.
3. Прес-реліз повинен мати помітний заголовок.
4. Використовуються цитати служителів, які коментують подію.
5. Текст прес-релізу не повинен бути дуже великим (300-500 слів).
6. Прес-реліз має різний зміст для загальнонаціональних та спеціалізованих ЗМІ.
7. На прес-релізі вказується «час до публікації».
8. Слід звернути увагу на дизайн і верстку.
9. У прес-релізі можна зазначити про наявність фотографій.
10. Прес-реліз підписує представник місцевої церкви.

## При підготовці прес-конференції слід враховувати

1. Місце — можна запрошувати тих, кому не буде важко добратися.
2. Зміст — слід запрошувати тих, кому професійно близький зміст події.
3. Візуальний бік — те, що, крім «балакучих голів», зможуть побачити журналісти, особливо телевізійники (варто підготувати тематичний банер, демонстраційні матеріали).
4. Час не повинен збігатися з іншими важливими громадськими подіями того дня, а також враховувати майбутній вихід газети чи відеоролика.
5. Запрошення журналістів включає екскурсію церквою, інтерв'ю зі служителями, презентації матеріалів чи нового об'єкта (відкриття сиротинця тощо).



# Як створити студію з нуля?

## 12 кроків від «Кроку назустріч»

Волинська студія «Крок назустріч» уже 12 років створює християнські телепередачі для місцевого телебачення та власного YouTube-каналу. Ми попросили команду «Кроку» сформулювати короткий путівник для початківців або для церков, які мають бажання й бачення створювати якісний відеоконтент, але не знають із чого почати. Досвідом діляться Наталія Носалюк, Галина Фурман та Вадим Власюк.

### 0. Молитва та пошук Божої волі

Перш ніж робити будь-які кроки, варто зрозуміти, чи справді медіа є твоїм покликанням. Тут слід виходити з власних здібностей і дарів. У нас це було по-різному. Хтось навчався на факультеті журналістики, хтось займався самоосвітою, хтось просто прийшов туди, де побачив потребу, хтось уже працював на телебаченні, хтось давно мріяв про християнську передачу й рухався до цієї мрії. Кожен по-своєму шукав Божого керівництва. Зрештою усіх нас об'єднало бажання служити та ідея поширення Євангелії через ТБ.

Медіасфера повна різних спокус. Тому важливо готуватися молитовно й не забувати, кому ти служиш. Коли ти в центрі уваги, тебе показують по телевізору, люди в місті впізнають — «зірочку зловити» дуже легко. Тому потрібно завжди бути щирим із собою та колективом. У нас була домовленість: якщо виникають непорозуміння — сідаємо й усе відверто обговорюємо.

### 1. Формування команди фахівців

Головне в медіаслужбінні — не техніка, приміщення й кошти, а ідея, команда й зв'язки. Якщо є



люди, запалені Божою ідеєю, решта знайдеться. І першочергове тут навіть не освіта, а бажання. Не завжди лишаються працювати ті, на кого робили ставку. У журналістику часто приходять люди з інших професій, яким є що сказати. Звісно, самого ентузіазму теж недостатньо, у процесі роботи доведеться багато вчитися.

Ми починали з мінімального штату: керівник, журналіст, оператор і монтажер. Оскільки нас було небагато, ми певною мірою були універсальними працівниками й могли підміняти одне одного. Якщо відкривається нова рубрика чи передача (наприклад, дитяча) — це досить велике навантаження. Щоб бути ефективним, важливо не розпоршуватися, а концентруватися на чомусь одному. Тому найкраще, коли окремі проєкти ведуть окремі команди. На жаль, так буває рідко...

### 2. Визначення цілей, аудиторії та формату

На старті важливо визначити, для чого й для кого ми робитимемо контент. На початку нашим пріоритетом було телебачення. Глобальна мета — через телевізор принести Євангелію в кожен дім. План був такий — щотижня випускати 30-хвилинну передачу. ТБ має свою специфіку — люди здебільшого хаотично перемикають канали, орієнтуватися можна хіба що на постійних глядачів. У нас були формати, спрямовані на конкретні категорії — сім'ї, дітей. Але переважно аудиторія була змішана.

Щодо YouTube, то 12 років тому християнський сегмент ще не був таким насиченим, тож на нашому каналі було все — і інтерв'ю, і свідчення, і дитячі передачі, і записи зібрань, і проповіді, і кліпи... Але тепер так уже не працює. Для кращого охоплення важливо максимально

звужувати цільову аудиторію. А якщо є формати для різних категорій — представляти їх на окремих каналах. Адже в YouTube більшість людей заходять подивитися щось із конкретної тематики, якою вони цікавляться.

### 3. Співпраця зі служителями

Спочатку ми відчували до себе певну недовіру. Не всі служителі були готові сприйняти проповідь Євангелії через телеекран. Але згодом співпраця налагодилася. Ми радилися щодо тем передач, гостей. Запрошували пасторів на інтерв'ю. Коли нас просили утриматися від певних речей, прислухалися — краще зберегти стосунки, ніж зняти матеріал, який може негативно вплинути на майбутнє служіння. Адже ми не незалежна студія, а представляємо церкву, до якої й хочемо запросити глядачів. Тому наповнення передач має бути відповідним до контексту й культури громади. Якщо контент не відповідатиме атмосфері церкви, то люди, прийшовши, можуть розчаруватися або відчути себе обманутими.

Тобто зі служителями повинен бути діалог. Коли вони бачитимуть посвяту й постійність працівників студії, будуть довіряти більше. А найсильнішим аргументом на користь медіаслужіння завжди є плоди — коли нові люди дізнаються про церкву й відвідують зібрання завдяки передачці.

### 4. Ціна проєкту й залучення спонсорів

Стартова сума, яка дозволила нам придбати необхідну апаратуру в 2013 році, сягала 200000 грн. Звісно, без спонсорів це було б неможливо. Завдяки спонсорській підтримці також оплачується ефірний час на каналі, а працівники студії мають зарплати. Ми щиро вдячні цим людям. Навіть є одна сім'я спонсорів, яка йде поруч із нами від самого заснування «Кроку назустріч» і посвячено підтримує наше служіння. Вони не втрачають цікавості до медіа як інструменту поширення християнських цінностей і впливу на суспільство.

Часто в християнських колах є проблема: люди навчені служити, але не навчені заробляти. Якщо у 20 років ти ще можеш якось вижи-

вати, то далі — вже треба піклуватися не тільки про себе, а й про власну сім'ю. На волонтерських засадах робити щотижневу передачу не вийде. Тому кошти — важлива частина служіння. Облік фінансів має бути прозорим. Щороку ми даємо звіт про витрати перед нашими партнерами. Обговорюємо з ними плани, ідеї та зміни в нашій діяльності.

### 5. Приміщення для студії

Ми починали з 30 квадратів — одної кімнати, у якій була і зона для зйомки, і склад для техніки, і робочі місця для працівників. Там же ми обідали й приймали гостей. Іноді доводилося перед записом деякі зайві речі виносити в коридор. Звісно, для комфортної роботи краще мати окремі кімнати. Тепер ми маємо монтажну, кімнату для планування й харчування та власне студію, яка одна тепер складає 30 м<sup>2</sup>. Великий плюс — усе закріплено стаціонарно, майже нічого не треба переміщати, що подовжує термін служіння приладдя та економить час для підготовки до зйомки. Краще, щоб у студії не було вікон або ж їх потрібно щільно закрити цупкими шторами. Також важливо, щоб стіни мали звукопоглинальне покриття.

Але якщо навіть немає приміщення — це не має стати перешкодою, це не головне. Ми багато знімаємо й за межами студії — на природі, у місті. Також у закладах із цікавим інтер'єром — драмтеатрі, різних кафе. Добре товаришувати з церквами, багато з яких мають нові модерні приміщення.

### 6. Вибір необхідної техніки

Якщо виходити із нашого формату — зйомка інтерв'ю, свідчень, то в ідеалі потрібно три камери. Бажано, щоб техніка була однієї фірми. Це забезпечить однакову картинку й буде легше робити зведення. Також буде простіше з підключенням. Ну і зручно, коли зарядні пристрої, батареї підходять до всього і є взаємозамінними. Щодо освітлення, потрібно мінімум 3-4 лампи зі штативами. Хоча є лайфхак — можна взяти один круглий світильник і поставити в центрі між двома людьми. Для звукозапису ми використовуємо петлички, потрібні мінімум дві. Вони є різні. Де-

які мають власну пам'ять, інші можна підключити до диктофона або навіть смартфона. Звук дуже важливий — краще сприймаються відео з гіршим зображенням і кращим звуком, ніж навпаки. Із носіїв використовуємо карти пам'яті на 256 GB. Одна зйомка в 4K займає в середньому 70 GB із одної камери. Також дуже зручно мати зовнішній SSD на 2 TB — його можна підключити до будь-якого комп'ютера й працювати. Із комп'ютерів у нас два MacBook і три пристрої з Windows. Внутрішньої пам'яті багато не буває, вона дуже швидко закінчується. Бажано, щоб версії програм для монтажу скрізь були однакові. У деяких випадках ми користуємося ШІ.

Щоб знати детальніше, як вибрати техніку, радимо консультиватися з фахівцями. Хоча при бажанні можна розібратися й самому — у мережі дуже багато навчальних матеріалів та оглядів гаджетів на різний бюджет. Більшість пристроїв ми купували вживаними. Та й починали з дуже скромним набором техніки. У сучасному світі можна створити контент, який набере мільйони переглядів, навіть із допомогою простого телефона, головне — наповнення. Зрештою камери можна й орендувати. Тепер у більшості церков є онлайн-трансляції богослужінь, а отже — є камери, часто досить непогані.

### 7. Пошук героїв передач

Герої наших випусків — це люди, які бачать у своєму житті явні Божі прояви (покаяння, зцілення, практичне застосування християнських цінностей). Іноді ми самі знайомимося з майбутніми героями й запрошуємо їх на запис, іноді хтось нам розповідає про них. Стає в пригоді мережа християнських зв'язків.

Звісно, не всі погоджуються на інтерв'ю, на це є різні об'єктивні та суб'єктивні причини. Хтось соромиться, хтось не відчуває, що достатньо утвердився. Але ми навчилися приймати це як Божу волю. Не вийшло з одним героєм — вийде з іншим. Деякі зйомки доводилося відкладати й повертатися до них аж через 7 років. Не завжди люди готові виходити на публічну площину зі своєю історією, і це нормально.

Перед записом ми зв'язуємося з героєм, обговорюємо його історію, домовляємося, який буде одяг. Варто мати на студії спеціальні косметичні засоби для того, щоб не блищало обличчя. Зйомку починаємо з простих питань, щоб людина звикла, відчула себе в безпеці. Стараємося зробити все, щоб гостеві було комфортно, щоб він вигідно виглядав у кадрі. Даємо переглянути готову передачу перед публікацією, при потребі вносимо правки. Компенсуємо витрати на дорогу тощо.

### 8. Написання сценарію

Сценарій залежить від формату. Якщо це інтерв'ю, то насамперед ми збираємо інформацію — спілкуємося з героєм, дізнаємося деталі його історії. Потім готуємо запитання та узгоджуємо їх. Якщо це фільм-портрет, ми їдемо до героя, знімаємо все, що може нам знадобитися. А вже потім формуємо сценарій для монтажу, відповідно до отриманого матеріалу. У деяких випадках сценарій вдається зробити й наперед, детально обговоривши та спланувавши всі зйомки й локації.

Сценарій варто складати так, щоб на початку заінтригувати глядача, потім висвітлити проблему, а в кінці показати вирішення. Кожен етап має відкривати частину історії, але не повністю, залишаючи запитання, які отримають відповіді в наступній частині, і так — аж до кульмінації. Так ми тримаємо увагу глядача. Історія будується навколо конфлікту. Усі ми читали книги, дивилися фільми — проаналізуйте якийсь знайомий сюжет і спробуйте за такою ж схемою створити власний сценарій. Головне, щоб вам самим була цікава ця історія, тоді ви зможете зацікавити й занурити в неї інших.

Важливо бути чутливими до Божого керівництва. Перед кожною зйомкою ми молимося, щоби Бог спрямував і ведучу, і співрозмовника. Не раз бувало: пишеш сценарій, заздалегідь складаєш запитання, але розмова йде в зовсім інше русло. І потім за відгуками розуміємо, що саме ця тема була потрібна людям. Буває, що глядачі, переглянувши програму, самі знаходять наших героїв, щоб поспілкуватися з ними, адже проходять подібні випробування.

### 9. Взаємодія з телеканалом

Коли ви звертаєтеся на телеканал самостійно, це визначатиме вашу подальшу співпрацю, зокрема оплату ефіру. Ви укладаєте стандартний договір (зазвичай на рік), де прописуєте зобов'язання кожної сторони. Не бійтеся комунікувати, демонструвати свій контент. Тепер переважно нормально ставляться до релігійної тематики. Але сектантство відштовхує людей. Натомість, коли ви демонструєте професійний підхід, якісний продукт — це викликає до вас повагу. За 12 років ми змінили три телеканали. Зрештою після тривалої співпраці ціна трансляції для нас знизилася до мінімальної.

Щодо YouTube, тут усе простіше — розміщення контенту безкоштовне. Більше того, можна підключити монетизацію та ще й отримувати кошти від платформи. Тільки важливо в налаштуваннях поставити заборону на рекламу спиртного і таке інше. А якщо буде багато переглядів, то телеканали самі можуть зацікавитися вашим контентом і запросити до співпраці.

### 10. Сайт і соцмережі

Сайту в нас тепер немає. Але краще, щоб він був — це візитівка студії для зовнішнього світу. Ми стали більшою мірою розвивати наш YouTube та інші соцмережі. У кожній із них — зовсім різна аудиторія, відгуки й коментарі. Наприклад, у TikTok нас переважно дивляться чоловіки, зокрема, військові, у Instagram — жінки. Різні соцмережі вимагають різних підходів і стратегій, адаптації під їхній формат. Якщо на телебаченні на початку передачі обов'язково має бути заставка, то в YouTube навпаки — нарізка ключових моментів, щоб із перших секунд зацікавити. Щодо тематики, то найбільше охоплення мають життєві історії людей та сімейна проблематика. Тепер дуже добре працюють і приводять нових підписників короткі відео типу Reels. Це можуть бути яскраві уривки, вирізані з передач. Звісно, краще, щоб вів соцмережі окремий працівник.

Важливо попідключатися про безпеку в мережі. Був випадок, що наш акаунт зламали, а це завжди має не-

приємні наслідки. Підключіть максимальну авторизацію. Ніколи не переходьте за підозрілими посиланнями. Якщо все ж таки з вами це трапилось, взаємодійте зі службами підтримки Google та інших сервісів. Там сидять реальні люди, які можуть допомогти все відновити. Звертайтеся в кіберполіцію.

### 11. Освіта та вдосконалення

Від самого початку нам доводилося багато вчитися, переважно — на власних помилках. Шукати креативні рішення, «викручуватися» з різних ситуацій, коли бракувало знань чи ресурсів. Проблеми зі звуком, кольором, носіями пам'яті — це все змушувало постійно перебувати в стані пошуку. Добре, що сьогодні майже всі відповіді можна знайти в інтернеті. У крайньому разі — запитати в знайомих.

Якщо в тебе буде прагнення розвиватися, пізнавати щось нове, це відчуватиме аудиторія. Цікаво тобі — буде цікаво і їм. Ми спостерігаємо за іншими проектами, щось запозичуємо. Час від часу проходимо майстер-класи. Навіть просто спілкуючись із більш досвідченими колегами, мимоволі біля них ростеш. Тому, якщо порівняти наші перші й теперішні передачі, можна побачити велику різницю.

### 12. Відповідність актуальним запитам

За 12 років ми вже не раз змінювали тематику, тривалість випусків. Це викликано бажанням відчувати аудиторію. Важливо аналізувати, що тепер є актуальним для людей, і відповідати на їхні потреби. Зокрема так виникли наші проекти «Вижити в сім'ї», «Історії війни». Навіть зараз ми в пошуку нових підходів, форматів, варіантів співпраці з партнерами.

Коли тривалий час працюєш в одному й тому ж ритмі, в одній і тій самій темі, це втомлює. Нам порадили створювати не довготривалі, а короткі проекти. По-перше, вони осяжні, мають початок і кінець. По-друге, ти перемикаєшся, надихаєшся щораз новою темою. По-третє, це стимулює рости й розвиватися.

*Підготував Дмитро Довбуш*

# Криза: перетворення води на вино

Люди схильні все ідеалізувати й вимагати взірця від церкви або церковної організації. А коли у віруючих раз по раз виникають гучні (чи не дуже) скандали, ми обурюємося й критикуємо. Проте церкви складаються з таких самих людей, як усі інші, — зі звичайних грішників. І в першу чергу саме цей фактор стає причиною кризових ситуацій у цій боголюдській організації.

## Що таке кризова ситуація?

Криза — це відхилення від нормального (звичного) функціонування організації. Причиною кризи може бути подія, яка прямо чи непрямо пов'язана з організацією, її членами, діяльністю і яка негативно впливає на її образ.

Наприклад, втягнення пастором значної кількості вірних у фінансову піраміду може невдовзі обернутися кризою для всієї організації. Хоча б один випадок розбещення священником дітей теж провокує кризову ситуацію для всієї церкви. Володіння настоятелем монастиря автомобілем вір-класу спонукає громадськість і пресу з недовірою ставитися до всієї церковної структури.

## Як розпізнати кризу?

— Подія мала негативний вплив на репутацію організації.

— Негативна ситуація набула широкого розголосу.

— Наявність потерпілих (фізично, морально, фінансово).

Найбільш «кризогенні» теми: гроші, секс, корупція, політика, влада, успіх або падіння, репутація лідерів церков, зловживання, міжконфесійні стосунки.

Доки криза не почалася, старайтеся розпізнати сигнали:

— Будьте уважні та чутливі. Намагайтеся відчувати атмосферу та настрої у своїй церкві / організації. Робіть усе залежне від вас, аби ваша церква / організація була справжньою євангельською спільнотою: жила в любові, взаємній підтримці, у довірі один до одного.

— Умійте слухати оточення. Тут

ідеться і про внутрішнє, і про зовнішнє оточення. Тобто зустрічайтеся з вірянами / працівниками персонально та в групах. Заохочуйте їх до відвертості, пізнавайте їх та їхні потреби. Влаштовуйте зустрічі з журналістами та іншими представниками громадськості. Дотримуйтеся стратегії відкритих стосунків із ними.

— Здійснюйте постійний моніторинг. Будьте завжди в курсі важливих подій того середовища, де живе те й дієте (загальноукраїнські події, події вашого міста, селища). Будьте завжди поінформовані про те, що говорять про вашу організацію в медіа. Наприклад, єпископ має регулярно отримувати звіт про моніторинг медіа від своїх працівників.

## Сталася криза! Що робити?

1. Визначте, які були / є попереджувальні сигнали.

2. Скличте «кризову групу» (протягом 4 годин).

3. Проаналізуйте ситуацію:

— що викликало кризову ситуацію, у чому вона полягає?

— коли криза розпочалася?

— чому склалася кризова ситуація, які її причини?

— хто причетний до кризи, кого вона зачіпає?

4. Підготуйте план дій: дослідіть усе; визначте конкретні цілі й завдання; передбачте наслідки.

5. Затвердіть план дій. «Кризова група» розробляє план дій, а затверджує його найвище керівництво (наприклад, директор організації чи єпископ).

6. Реалізація = запобігаємо розростанню кризи.

7. Детальне дослідження причин і наслідків.

8. Офіційне повідомлення. Якщо кризова ситуація набула широкого розголосу, то громадськість чекає на офіційне повідомлення, у якому організація подає короткий звіт про те, що зробила (робить, робитиме) для розв'язання проблеми.

9. Висновки на майбутнє. Кожна кризова ситуація змушує організацію робити певні висновки та запро-

ваджувати зміни у своїй діяльності, щоби подібні проблеми не повторювалися.

10. Нормалізація. Компенсація збитків (моральних і матеріальних), залагодження всіх конфліктів, що супроводжували кризову ситуацію тощо.

## Пам'ятаймо!

— Нас сприймають цілісно, тож ми як церква винні в тому, що настала кризова ситуація.

— Стратегія подальших дій має спиратися на кооперацію і взяття на себе відповідальності (якщо ми винні).

— Треба використовувати той факт, що помилки припустилася одна людина, а не вся церква! І наголошувати на цьому постійно.

— Взяти відповідальність за наслідки інциденту й вийти до громадськості, заявляючи про готовність вирішити проблему.

— Ключем до вирішення проблеми є час і форма, у яких інформація дійде до громадськості. Треба над цим запанувати — якомога швидше діяти!

## За якими принципами комунікації працюємо:

— Говоримо невідкладно й відверто!

— Ви є першими інформаторами в кризі, тому не дозволяйте іншим випередити вас (тобто не ухилиєтеся від коментарів, бо журналісти підуть до сторонніх експертів, які можуть представити вашу організацію в ще більш негативному світлі).

— Інформуєте чітко та відверто, щоби не залишати поля для спекуляцій.

— Говорите правду!

— Сприймаєте інші сторони як партнерів. Дбаєте про конструктивний діалог. Берете до уваги думку та емоції іншої сторони.

— Присвячуєте кризі стільки уваги й часу, скільки вона потребує.

— Берете ініціативу в діалозі. Стаєте на бік тих, хто спільно бореться з кризою. Ви не займаєте

позицію того, хто спричинив кризу й хоче оборонитися від атак чи мінімізувати власні втрати!

— Не шукаєте цапа-відбувайла. Уникаєте перекладання відповідальності.

#### **Пам'ятайте!**

— Громадськість складає свою думку про кризову ситуацію від 45 хвилин до 12 годин!

— Найважливішою є наша реакція протягом кількох перших годин.

ганізувати її штаб (єпископ чи його представник + PR-відділ, якщо такий є) + експерти;

б) визначити відповідальну особу за контакти з медіа; підготувати листи до медіа, інституцій та організацій, які будемо інформувати;

в) створити й поширити прес-матеріали та усталити процедуру (хто з ким контактує);

г) підготувати листи авторитетів ззовні, які можуть надати більшої вірогідності нашому посланню.

#### **Чи мовчання — золото?**

Підозра: «Пастор N привласнив 100 000 доларів, пожертвуваних американською спільнотою. Гроші були призначені на будівництво дому молитви. Пастор N купив собі нове авто».

Про це дізналися журналісти й звернулися до церковного керівництва по коментар. Працівник прес-служби відповів: «Без коментарів».

ЗМІ вважають: «Церква не послідує за з'ясуванням цієї справи».



Тоді має з'явитися чіткий напрямок дій і виразна позиція.

— Наступні 48 годин — це підтримання оприлюдненої позиції та зміцнення образу.

— В організації має бути попередньо підготовлений план реагування в кризовій ситуації, де була б заготовка змісту послання й розписано ієрархію завдань.

— Якщо такого плану немає, то необхідно:

а) створити кризову групу та ор-

#### **Посткризовий період:**

— Якщо вдалося реалізувати мету-мінімум (запобігти поширенню кризи), ви продовжуєте свою діяльність, роблячи наголоси на своїй оперативності та уважності.

— Висловлюєте подяки всім за співпрацю під час апогею кризи.

— «Приносьте достойний плід покаяння» — мінімізуєте фінансові та юридичні наслідки кризи, як підкреслення вашої відповідальності й доброї волі.

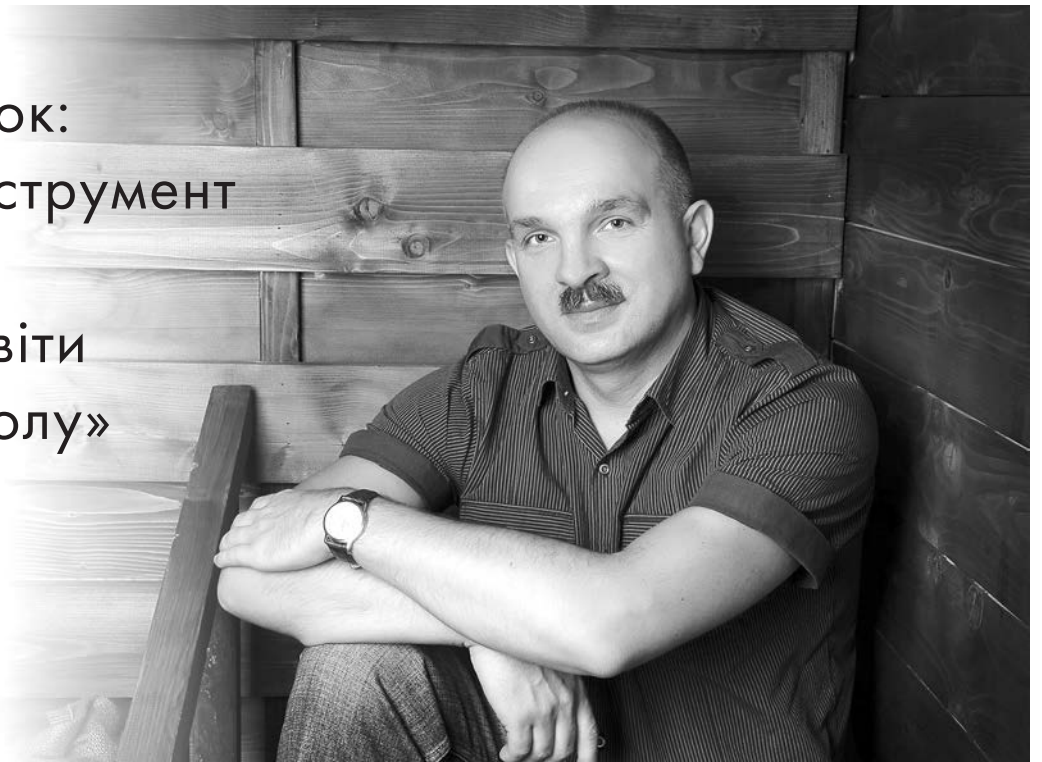
Громадськість робить висновки: «Немає диму без вогню». «Напевно, вони щось приховують». «Винен!»

У співпраці з медіа та іншими групами громадськості церква повинна дотримуватися стратегії «скляного дому». Це стратегія повної відкритості, доступності інформації та співпраці з усіма особами чи інституціями, безпосередньо чи опосередковано задіяними в кризі.

**Уривки з книги «Церква і медіа»**

Точки дотику

## Віктор Вознюк: «Медіа — інструмент донесення біблійної освіти широкому колу»



**Директор Департаменту освіти УЦХВЕ Віктор ВОЗНЮК активно служить у медіасфері. Ми вирішили поспілкуватися з ним про точки дотику освіти й медіа та проблематику церковних комунікацій.**

**— Ви працювали й працюєте в різних сферах — музичний гурт, служіння бізнесменам, медіа, освіта, літературний конкурс... Що з цього вам ближче? Усі ці напрямки працюють на якусь одну мету?**

— Те, що я працюю в різних напрямках, з одного боку — плюс, а з іншого — мінус. Частково це наслідок радянського бекграунду, де ти мав бути майстром на всі руки. Можливо, це також впливає з мого темпераменту. Ще з молодості я брався за різні речі. І тоді це було перевагою. Але вже тоді намагався знайти й виокремити свій шлях. Наприклад, коли постало питання майбутньої професії, я обирав між образотворчим мистецтвом і радіоелектронікою. Друге взяло гору, і зрештою я пропрацював за цією спеціальністю 8 років. Разом із тим був залучений до служіння, зокрема благовістя. Радіоелектроніка ставала в пригоді, коли потрібно було полагодити звукову апаратуру — пульти, підсилювачі. А загалом знання з цієї галузі навчили мене мислити схематично.

У сферу християнської освіти я прийшов набагато пізніше. У 1990-х ми активно проводили масові евангелізаційні заходи й наробили багато помилок. Щоб їх не повторювали інші колективи, зрозуміли, що потрібно навчати людей. Спочатку це були невеликі семінари, потім створили цілий курс на базі Коростенського біблійного коледжу. Після 2010 року я очолив Департамент освіти. Загалом я вважаю дуже важливою академічну сферу. Але, оскільки я сам служитель, моє бачення освіти таке — розширити її за межі навчальних закладів і принести в церкві. А для цього вона має бути практичною й доступною. Носії освіти мають бути зрозумілими. Це книги, написані простою мовою, проте з витриманою богословською лінією. Ще одним інструментом впровадження освіти є медіа. Вони дозволяють охопити значно більше людей.

Решта напрямків для мене скоріше попутні. Кілька років на прохання братів я був відповідальним за Департамент християн-підприємців, що допомогло зрозуміти, як мислять бізнесмени. Також я побачив, що в організації служіння й бізнесу є дуже багато спільного. Ще тоді в мене виникла ідея створення християнської бізнес-школи. Сподіваюся, вона таки буде втілена. Що-

до літературного конкурсу й подібних проєктів — я дуже люблю брати участь у стартапах на користь інших, надихати й мотивувати здібних людей, залучати непомічених, недооцінених. Загалом я людина творча й не люблю сидіти на місці. Мінус захоплення багатьма сферами в тому, що на все не вистачає часу. Де що залишається тільки на рівні ідеї.

Зрозуміло, що наша глобальна мета — поширення Божого Царства. Але конкретно зараз моя місія — максимально підсвітити важливість освіти. Зокрема реалізувати проєкт «Від ясел до служителя». Це те, що формуватиме наше майбутнє. Освіта допоможе побачити замість церковних стін — людей.

**— Наскільки перетинаються служіння Медіавідділу і Департаменту освіти? Яку роль медіа відіграють в освітньому процесі? Чому на YouTube-каналі Департаменту освіти представлені переважно медіа-проєкти?**

— Медіа — інструмент донесення біблійної освіти широкому колу людей. Крім того, богослов'я не обмежується тільки знаннями про Бога, воно проникає в усі сфери. Ми виглядаємо сектантами, коли заціклюємося на вузькому, конфесійно заангажованому посланні. Євангелію потрібно подавати так, щоб її чу-

ли юристи, представники влади, а не тільки соціально незахищені або маргінальні категорії людей.

Мабуть, якщо аналізувати виключно наш YouTube-канал, то справді — там більше медіапродуктів. Але вони завжди містять навчальний компонент. Оскільки наша мета — досягнути широкої аудиторії, то ми не обмежуємося виключно догматичними бесідами. Звісно, деякі проєкти мають суто медіаспрямування, або несуть функцію архівації історичних подій, але це не заважає основній цілі. У навчальних процесах ми пов'язані з кожним департаментом.

Але Департамент освіти — це не лише канал. Хоча, напевно, серед наших ресурсів він має найбільше охоплення. Департамент освіти — це 8 книг наших авторів, плюс 7 книг, які ми переклали, оформивши реєстрацію авторських прав. До речі, тепер працюємо над книгою для проповідників і одночасно готуємо відеошколу на основі цього ж матеріалу. А ще академічна праця в біблійних навчальних закладах. Консолідація цих закладів, адже не завжди між ними були відкриті стосунки. Це робота в Міністерстві освіти. Це заснована нами платформа «Оновлення», яка містить поки що 4 освітні курси, і вона буде постійно поповнюватися.

**— Скажіть кілька слів про основні медіапроєкти на YouTube-каналі Департаменту освіти. Як і коли прийшла ідея їхнього створення? Які їхні цілі та результати?**

— Якщо відверто, до розвитку медіаслужіння підштовхнула пандемія. Усе почалося з налаштування онлайн-трансляцій богослужінь, а в процесі прийшла ідея робити стріми в Instagram. Першим нашим проєктом в YouTube було «Слово істини» — інтерв'ю зі служителями на актуальні теми, власне, із освітньою метою. Разом із цим знімали випуски «Sola Scriptura» — проєкт із вивчення Біблії, зокрема відповідали на запитання глядачів. Після повномасштабного вторгнення ми розпочали «Хроніки війни» — історії волонтерів, капеланів, військових і звичайних людей в умовах кризи. Мета — фіксувати події, емо-

ції в реальному часі. Далі був проєкт «Згадати все», де служителі діляться власним життєвим досвідом. По суті, це і є прикладна освіта. Теорії тепер чимало, а ось такого дуже не вистачає — прикладів, як ці всі біблійні істини реалізуються в житті. Нам хотілося показати, що служителі — живі люди, які стикаються з тими самими проблемами, що й усі. «Церковна кухня» теж мала за мету документувати — описувати вклад церков у допомогу армії. Нам дуже хотілося, щоб люди познайомилися зі служителями, почули їхню думку щодо актуальних подій — так з'явився проєкт «Три питання служителю». Знаковим для нас було інтерв'ю з Андрієм Лисенком буквально за місяць до того, як він відійшов у вічність. «Без прикрас про сім'ю» — це подкаст у співпраці з Департаментом сімейного служіння. Мета — відверто поговорити про сучасні виклики (розлучення, порнографію, домашнє насильство). А наступного року плануємо зробити відеокурс «Підготовка до шлюбу».

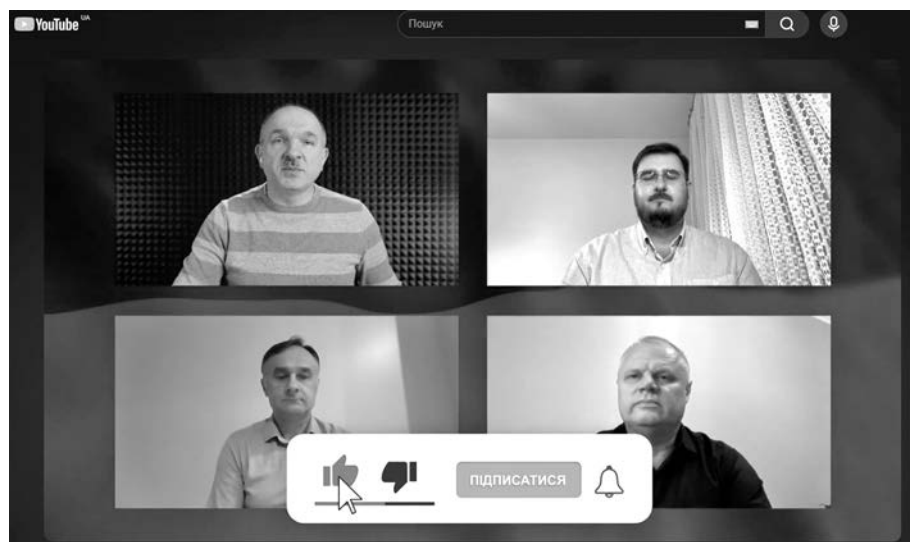
Щодо результатів медіаслужіння, це насамперед — численні вдячні відгуки аудиторії. Не раз підходили глядачі, які отримали вчасні відповіді на свої питання. Особливо на ті теми, про які в церквах не говорять. Отримували зворотний зв'язок і від людей із окупованих територій, від наших військових. Писали, що дуже чекають наших передач, що вони для них важливі. Це дуже зворушувало й мотивувало. Звісно, є й хейтери. Але це теж результат — ми побачили реальну картину: скільки

в церквах таких людей. Але я їх не звинувачую, розумію, що це наслідок певного недопрацювання. І це ще одне поле діяльності для освіти. Ми видаємо коментарі, що приносять людську гідність. Але вітаємо інші погляди й пропозиції.

**— Як служитель і блогер ви можете зрозуміти обидві сторони. У чому суть конфлікту між ними? Як його вирішити? Що ви як служитель сказали б блогерам, а як блогер — служителям?**

— Якщо дуже коротко, то я б відповів, що проблема — у відсутності чесної комунікації. У блогерстві є свої виклики й контекст. Це нелегка справа. Люди можуть мати загалом правильну мотивацію. Але при цьому все ж є і такі фактори, як збільшення підписників, монетизація, гонка за контентом, отримання дофаміну. Коли ти стаєш інфлюенсером, є спокуса уявити себе спеціалістом у всіх сферах, коментувати всі події. Я й сам переживав такі моменти. Тут з'являється небезпека необ'єктивності, поверхневості, узагальнень. Оскільки краще поширюється скандальний контент, деякі блогери зосереджуються суто на негативних сторонах церкви, «харчуються гріхами народу». Я шаную блогерів, які працюють добросовісно. А помилки бувають у всіх. Головне, щоб це не стало тенденцією.

Рекомендую тим, хто дуже переживає за збереження аудиторії, подивитися на Ісуса Христа. Спочатку в Нього було 12 «підписників». Потім «підписалися» ще 70, згодом «відписалися». Але Він не думав, яким



контентом утримати їх біля Себе. Навіть тих, що лишилися, запитав: «Чи не хочете й ви відійти?» Проїшов час, і сьогодні третина населення планети — послідовники Ісуса Христа!

Служителів я попросив би бути більш відкритими, готовими до відвертої розмови. Бажано взагалі не чекати, поки інформація потрапить у інтернет, говорити на випередження. Не завжди це доречно робити служителям. Тому потрібно мати власних речників, прес-служби. Не



YouTube-канал  
Департаменту освіти УЦХВЕ

варто залазити у свій кокон і звідти оборонятися. Не боятися й не мовчати. Щоправда, є випадки, коли озвучення певних деталей може принести більше шкоди, ніж користі. Тому важливо розуміти цю межу й діяти відповідно. Зрозумійте, що на вулиці — XXI століття, глобалізація. Те, що ви скажете на вухо, буде проголошуватися на дахах. Слід стежити за тим, що говоримо, і бути господарями свого слова.

**— У якій формі має вестися діалог щодо проблем у церковному середовищі? Чому, на вашу думку, служителям часто бракує відкритості в кризових комунікаціях?**

— Насамперед потрібно говорити однозначно. Краще щось не сказати, ніж допустити двозначність, яка даватиме простір для маніпуляцій і спекуляцій. Має бути сформована виважена позиція. Але це не робиться швидко, «на коліні». Для цього потрібно виділити час і діяти колективно. Як у державі, так і в церкві багато проблем саме через погану комунікацію. Нерідко служителі стають жертвами несправедливих звинувачень, бо не мають належного спілкування з людьми.

Щодо кризових ситуацій, то регувати потрібно відразу. Навіть у випадку, коли ще немає всіх даних, обов'язково потрібно подати проміжну інформацію: ми знаємо про те, що сталося, проводимо розслідування, повідомимо результати протягом такого-то терміну. Інакше неминуче виникатимуть підозри й домисли. Важливо готуватися до криз, консультуватися в різних фахівців, щоб правильно виходити з таких історій.

Ще одна проблема — залишки радянського менталітету. Хочу сказати служителям: не бійтеся критичного мислення — воно будує церкву. «Бо мусять між вами й поділи бути, щоб відкрились між вами й досвідчені» — тут ідеться про зростання. Не має бути так, що «тільки моя думка правильна». Успішний керівник — не той, який компетентний у всіх питаннях, а той, який може вислухати різні погляди й знайти оптимальне рішення. Мають бути встановлені чіткі правила, які дозволяють кожному висловити власну думку, не принижуючи інших. Повага один до одного — запорука вдалої комунікації. Якщо хтось має іншу думку, її варто висловлювати спокійно. Часто людина програє в тому, що говорить правильні речі, але з неправильною тональністю, тому її не чуять.

**— Чи користуєтеся ви штучним інтелектом? Наскільки цей інструмент може бути корисним для служіння? Які його плюси, мінуси, які небезпеки він може мати в собі?**

— Штучний інтелект — нова сторінка у світі технологій. Навіть самі розробники не можуть спрогнозувати, якого розвитку він може досягнути. Це трохи насторожує. Але, як би там не було, ШІ вже став частиною нашого життя. У служінні ми активно його використовуємо як асистента. Зокрема, він дуже спрощує переклад. Наприклад, ми маємо запит перекласти деякі наші навчальні курси на амхарську мову, фарсі. Також використовуємо при відеоонтажі, у зборі інформації, перекладенні голосу в текст. Це потужний інструмент, який дозволяє зекономити час. Щоправда, треба бути обережним і вміти користуватися

промптами, бо він може помилятися або додавати щось від себе. Ми користуємося тільки платними версіями, бо в нашій роботі не вистачає того функціоналу, який доступний у безкоштовних.

Небезпека може бути в тому разі, якщо люди почнуть занадто покладатися на штучний інтелект. Якщо перестануть думати самостійно. Наприклад, замість підготовки проповіді, генеруватимуть її в чаті GPT. А він може написати таку, що багато проповідників позаздрять! Інша небезпека — коли люди використовують ШІ як психолога. Наприклад, сварка в сім'ї, жінка пише запит: «Що мені робити?» Відповідь: «Покинь його!» Ще одна сфера, де ШІ може принести шкоду — освіта. Адже сьогодні все рухається в онлайн-освіту. Не здивуюся, якщо в майбутньому традиційне навчання стане розкішшю для заможних. А в онлайн-додатках уже сьогодні є опція генерації персонального вчителя — можна обрати стать, одяг, рівень лояльності. Дитина формуватиметься в таких тепличних умовах, що зрештою її може травмувати зустріч з реальним світом. Нарешті, багато професій неминуче будуть замінені алгоритмами ШІ. І є небез-



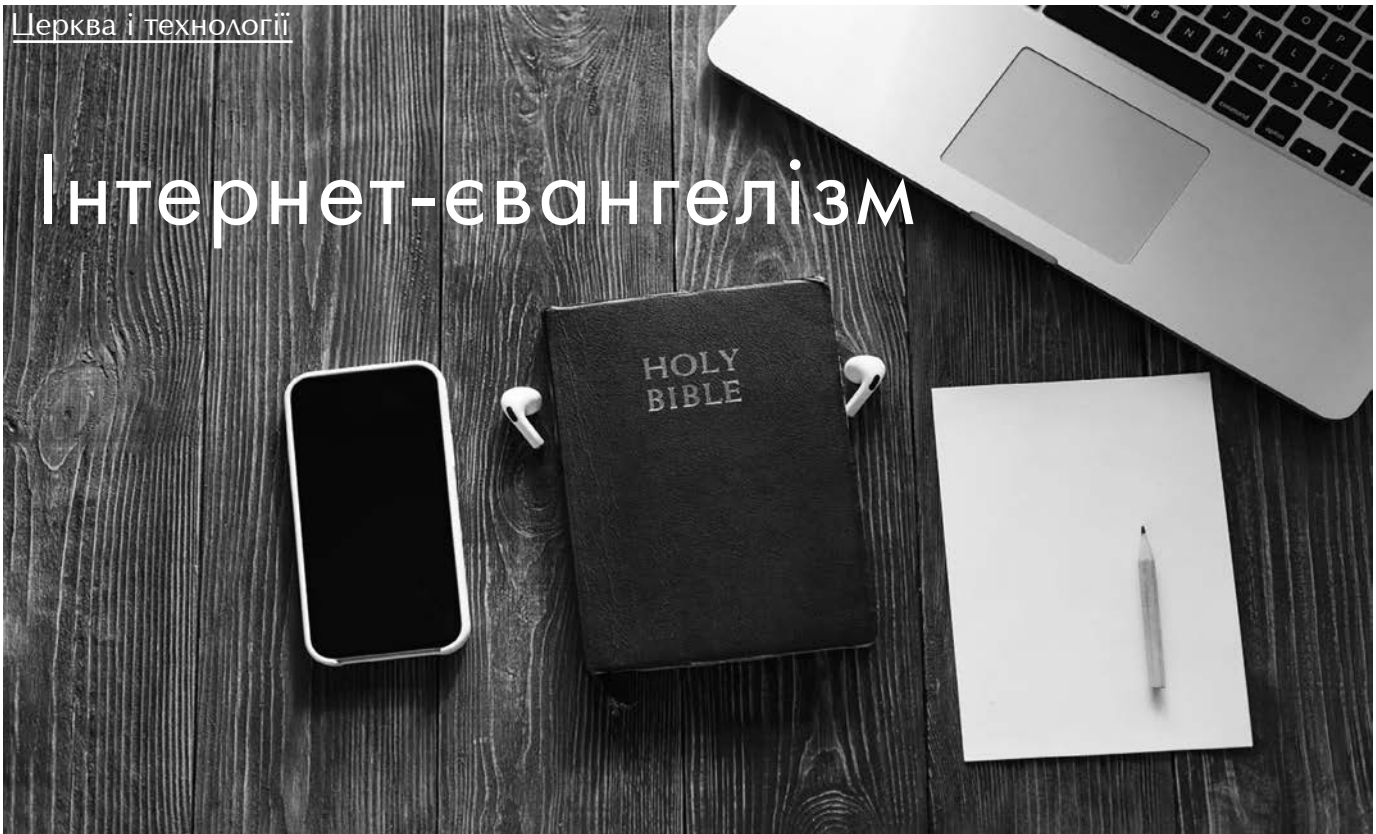
YouTube-канал  
Української Церкви ХВЕ

пека, що суспільство щораз більше скочуватиметься до споживацтва.

Цьогорічна зустріч Департаменту освіти була, власне, присвячена роботі зі штучним інтелектом. Ще рік тому всіх наших молодих працівників я спрямовував, щоб вони ставали операторами ШІ і розвивалися в цій сфері. Тому що за цим — майбутнє.

**Розмовляв  
Дмитро Довбуш**

# Інтернет-євангелізм



Нині ми маємо дуже багато онлайн-заходів. Як правильно сконцентруватися на цьому напрямку, щоб бути справді ефективним? Тож поговоримо про інтернет-євангелізацію або євангелізацію через інтернет.

Я впевнений, що більшість із нас користуються інтернетом із різних девайсів. Це і планшети, і телефони, які ми використовуємо для цього й завжди маємо із собою. Але дуже важливо зрозуміти, як ми можемо використовувати їх, щоби бути ефективними.

Хтось сказав, що ефективність полягає не в тому, скільки часу ти проводиш у соцмережах чи в інтернеті, а наскільки ти там впливаєш на інших.

## Що важливо в євангелізації через інтернет?

Розкриваючи цю тему, я хочу процитувати один текст із Писання. «Рятуй узятих на смерть, також тих, хто на страчання хилиться» (Пр.24:11).

Сьогодні соцмережі, які мають великий потенціал для проповіді Євангелії, стали й небезпечними, тому що в морі інформації можна просто потонути. Та й Слово Боже каже, що смерть і життя у владі язи-

ка. І від того, яку людина отримує інформацію, що вона буде говорити, зрештою залежить те, що відбувається в її житті. І наша місія — євангелізація в інтернеті — якраз рятувати тих, які попали в якісь тенета, йдуть у зовсім іншому напрямку чи перебувають у якійсь апатії, у панічному стані.

Звернімо увагу на динаміку зростання кількості користувачів, щоб мені не бути голослівним. Із 2014 до 2020 року (це 6 років) їхня кількість піднялася з 2,6 мільярда до 4 мільярдів користувачів — уже не лише комп'ютерів, а різних девайсів, зокрема планшетів і телефонів.

Отож, роботи в нас дуже багато.

## Які можливості ми маємо в соцмережах?

Соціальні мережі — це певний інструментарій. У переліку Facebook, Instagram, Twitter, Skype, YouTube, Viber — це власне ті соцмережі, де присутні ми й де є дуже багато людей.

Я не буду зупинятися на тому, скільки користувачів у якій соцмережі та яка з них попереду за рейтингом. Це зовсім не наше питання. Але будь-де — там, де є люди, якщо навіть це одна людина — ви зможете впливати. І це важливо.

## Із чого розпочати?

Отож, ви вже вибрали свою соцмережу, де найбільше проводите часу й де можете впливати. Із чого загалом має початися євангелізація в інтернеті? Із підготовки служителя в інтернет-просторі.

Так-так, саме з цього. Якщо ви перебуваєте в інтернеті з метою впливати в хорошому розумінні слова, то, незалежно від віку чи від того, яку посаду в церкві займаєте, ви служитель. Ви служите, ви виконуєте певну місію. А тому вам тут потрібна й певна підготовка.

Із чого важливо розпочати? По-перше, це духовна та теологічна основа. Друзі, повірте: якщо такої основи у вас немає, я як керівник департаменту освіти завжди наголошую на тому, що важливо вчитися та отримати духовну освіту.

Але якщо раптом немає можливості навчатися в семінарії, це не страшно. Є дуже багато додаткової літератури і в церквах, і в тому ж інтернет-просторі, є багато майстер-класів та конференцій. Але, однозначно: якщо я хочу впливати, то маю знати, куди вести людей.

Ще дуже важливою є здатність до раціонального обґрунтування. Отут, друзі, буду відвертим: у нас це слабка ланка. Тобто ми більш емо-

ційно хочемо вплинути. А сучасна вимога — це раціональне обґрунтування. Позиція людини XXI століття характеризується не тим, що потрібно в Бога вірити. Тут питання стоїть так: а в якого Бога вірити? Отож, уміння раціонально обґрунтувати, наприклад, чому я вірю в Бога, чому я ходжу в євангельську церкву, — це архіважливо.

### **На що важливо звернути особливу увагу?**

Якщо ви хочете впливати в соціальних мережах, то будьте готові до того, що там будуть люди з різних культур і з різними поглядами. І нам потрібно бути толерантними, не сперечатися. Великою помилкою є діалог, який відразу починається з суперечки. Ваш опонент (або людина, яка має інші погляди) може висловити свої аргументи, але дочекайтеся, хоча б 5–10 аргументів. І тоді серед них виявиться щось, що й буде відповідати вашим переконанням.

І тоді починайте розмову, свій діалог, із тих аргументів або з тієї думки, яку ви приймаєте, а не з тієї, яка роз'єднує.

Ну й великою помилкою є одноосібне служіння. Командна робота тут дуже важлива, особливо при моніторингу. Як на мене, соціальні мережі схожі на вулиці. А Ісус колись, коли посилав учнів проповідувати на вулицях, відправляв їх не поодиноці. Також важливо, щоб і по вулицях інтернету ми ходили не поодиноці, а по двоє чи троє.

Командна робота з моніторингу, про яку я казав вище, — це коли ми один одного підтримуємо, я не скажу контролюємо, але звітуємося. Бо якщо цього не буде, ми можемо дуже легко потрапити на вулиці червоних ліхтарів.

Тому передусім в роботі в соціальних мережах важливо дбати про наявність досвідчених консультантів. Друзі, я певен, що ви не знаєте відповідей на всі питання. Як не знаю і я.

У свій час, до речі, моя команда, мої друзі мене, якщо можна так сказати, за руки, за ноги занесли в ці соціальні мережі. Я пручався, але все ж таки не встояв. Коли, скажімо, я познайомився ближче з соціальними мережами (спочатку це були «Однокласники», які невдовзі стали неактуальними,

потім Фейсбук), то долучився до них із тим, щоб впливати. Тому коли згодом мені запропонували Instagram, я ще більше пручався.

Повторюся: у будь-якій соціальній мережі є немало негативних, небезпечних моментів, де можна потрапити під неправильний вплив. Але коли ми побачили можливість реалізувати певний проєкт у тій чи іншій соціальній мережі, то стикнулися з тим, що нам в директ (в особисті повідомлення) дуже багато пишуть проблематичних запитань. І я відверто скажу, що не на всі запитання знав відповідь. У нас є потреба в консультантах, і я консультуюся. Відповідей на деякі питання на цій землі ми, мабуть, і не будемо знати ніколи.

І якщо ви євангелізуєте в соціальних мережах і хочете впливати, то вам теж ставлять різні запитання. І ви не матимете змоги відповідати на них самостійно. У вас мають бути друзі, які більш компетентні в тій чи іншій сфері. Вони мають стати консультантами.

Принаймні дуже добре, щоб ви мали зв'язок із різними людьми, телефонували до них, радилися. Бо певен, що в оточенні кожної особи є компетентні в тій чи іншій сфері люди.

### **Методики ведення праці в інтернеті**

От ви вже в інтернеті, ви вже впливаєте (чи хочете впливати), у вас вже є коло консультантів, ви вже маєте певну підготовку. Що ж далі? Як далі рухатися?

Слід передусім визначитися з форматом діалогу. Тут варто звернути увагу на два такі моменти: використання особистого ресурсу та співпраця з ресурсами. Тобто, якщо у вас є певна ідея створити хороший, якісний контент, який буде цікавим (а, повірте, це дуже непросто, бо сьогодні на інформаційному ринку перевантаження і серед усього цього дуже багато низькопробного шлаку), у вас має бути якась роздумка, якась ідея.

Чи я вірю в те, що ви можете знайти щось таке? Сто відсотків, тому що Господь нам дає відкриття.

Але якщо ж ви не можете придумати якусь ідею, не варто ставити на цьому крапку — можна спів-

працювати з різними ресурсами, які транслюють адекватний контент. Ви можете використовувати їхні, але обов'язково (я хочу наголосити на цьому!) з посиланням, щоб це не виглядало, як плагіат.

### **Поради для створення особистого ресурсу**

Якщо ви створюєте особистий ресурс, то передусім важливо наповнити його цікавим контентом — таким, який буде цікавити ваших підписників, ваше оточення.

Ще важливо, щоб контент був цільовим — таким, що розкриває певну тематику. Ви можете обрати будь-яку, навіть і технічну тематику, ви можете брати огляди, але перед тим вибудуйте стратегію, яка дасть вам змогу передавати певне послання, яке буде «рятувати взятих на смерть».

Ну й обов'язково має бути план досягнення аудиторії. Це певна мета та кроки її реалізації. Тобто коли ми стартуємо, то маємо знати, куди йдемо.

### **Особливості введення діалогу з невоцерковленими людьми.**

Коли людина воцерковлена, перебуває в церкві певний час (принаймні, більш ніж п'ять років), у неї відбувається зміна мислення й мовлення. І її термінологія стає незрозумілою людям, які не в церкві. Тому дуже важливо встановити особисті стосунки з людьми, хороші, дружні стосунки, на основі яких ми можемо підбадьорювати людей у процесі спілкування. І варто не забувати про те, що ми не в церкві, і не навантажувати тих людей, бо ми можемо давати їм дуже церковну інформацію.

Я в роботі керуюся правилом п'яти «НЕ». Більш детально про це можна дізнатися на ресурсах «yesHEis». Перше правило: не засуджуйте людину. Дуже часто помічається, що, коли якась людина щось більше знає, вона вже виходить зі свого знання й дивиться на свого співбесідника з висоти пташиного польоту. Це неприйнятно.

Друге правило: не використовуйте церковну термінологію, скажімо, про кров Христа, про благодать, про народження згори. Ми оперуємо

нею, але людина, не ознайоmlена з християнською термінологією, може просто розгубитися.

Третє правило: не перенасичуйте біблійними текстами. Друзі, не вважайте мене єретиком, я не проти біблійних текстів, але вони мають бути доречні та вчасно використані. Іноді люди багато цитують текстів, вважаючи, що цей допис буде зрозумілим. Ні, навпаки, це може заплутати людину. І десь навіть, використовуючи біблійні тексти — прекрасні біблійні тексти, ми можемо викликати негативну реакцію у своїх підписників і, що ще гірше, відразу до Біблії.

Четверте правило: не ведіть до вгi бесіди чи дискусії. Краще не догдувати людину, ніж її перенасити. Це золоте правило.

П'яте правило: не створюйте послання, які треба довго читати. Якщо навіть є такі тексти, то треба вміло їх подавати. Обов'язково робіть пробіли, формулюйте думки так, щоб це було тезово. Дещо можете виділити якимись доречними смайликами, щоб людині було легше сприймати матеріал. Бо ми живемо у вік візуалізації.

#### **Етапи розвитку інтернет-служіння після налагодження стосунків**

Моліться за конкретні потреби. Ви можете стикнутися з шаленим опором, коли люди просто не будуть сприймати подану вами інформацію. Але зазвичай мало хто відмовляється від пропозиції молитися. Звичайно, можуть бути й такі люди. Але більшість охоче сприймають, коли ви хочете молитися за потреби тієї чи іншої особи.

Ще дуже важливо чесно відповідати на запитання. А вам будуть надсилати (чи в особисті повідомлення, чи в коментарях) різні запитання. Якщо ви не знаєте відповідей, то хай нас береже Господь від того, щоб придумувати щось. Бо люди дуже відчують нещирість. Через це важливо бути чесним.

Перевіряйте пошту та дірект регулярно й вчасно відписуйте. Це важливо, тому що часто люди, із якими ви почали діалог і не підтримуєте його, засмучуються і втрачають інтерес.

Спонукайте людину до покаєння

вчасно. Не зробіть цього передчасно. Буває: ми бачимо, що не вистає того кроку й хочеться підштовхнути. Не робімо цього, тому що може людина прийняти Ісуса Христа, але не буде стійка у вірі.

#### **Проблеми в інтернет-євангелізмі**

Передусім, це грубі відповіді та коментарі. На жаль, наша культура далеко не така, як треба. А точніше — часто видно наше безкультур'я в інтернет-просторі. Тож особливо емоційним людям із нас хочеться дати комусь конкретну відповідь і до того ж відразу. Але ні, нам потрібно охолонути, усе зважити, на якісь коментарі взагалі не відповідати. Інакше відповіді будуть грубими.

Так, ви маєте право заблокувати людину, якщо вона шкодить усім і вже переходить за червоні прапорці. Проблемою є також хамство віруючих «розумників», які десь нахапалися інформації й починають демонструвати свої «знання». Я це бачу, тому, коли практикую прями ефіри в Інстаграмі, вимикаю коментарі. Роблю це передусім через певні особливості самого Інстаграму. Але ще й тому, що є оте хамство. Дуже часто ці віруючі диванні експерти хочуть привернути до себе увагу й заважають висловити ту чи іншу думку. І тут потрібно діяти залежно від ситуації: чи вимкнути коментарі, чи просто забанити їх, щоб вони не заважали іншим людям.

Проблемою є також недостатня підготовка. Буває, людині ставлять

питання, а вона починає щось там придумувати або неправильно пояснювати.

Ну й індивідуалізація в інтернет-просторі — коли сам взяв якийсь проєкт і сам працюю. Наполегливо прошу: працюймо в команді, тому що самотужки нам доволі важко протистояти небезпекам.

Хочу завершити однією дуже простою ілюстрацією. Візьмімо дві склянки — обидві з водою. Тільки одна чиста, а інша — брудна. Отак буває в інтернет-просторі: коли людина заходить, вона може з добрими намірами зайти. Та якщо вона неправильно веде себе там, то може просто з часом своє серце заповнити недоброю інформацією і стати схожою на заповнену брудною водою склянкою.

І якщо брудну воду зі склянки можна вилити й набрати чистої, то з нашим серцем так не вийде. Ми ж не можемо якось забрати всю інформацію з серця. Ніхто не знає, як це забрати. Ніякий психолог вам не допоможе.

Але можна своє серце поставити перед Божим Словом, а Боже Слово — це чиста вода. І методом витіснення брудної води чистою наше серце буде світлішати, світлішати. Тобто склянка з брудною водою, підставлена під струмінь чистої води, поступово буде світлішати. І зрештою водичка стане чистою. І тоді ви зможете правильно формувати себе й впливати на інших.

**Віктор ВОЗНЮК**



# Блогосфера: МОЖЛИВОСТІ ТА НЕБЕЗПЕКИ

Незалежно від власних упереджень, тепер уже ніхто не зможе сперечатися з тим, що блогери, зокрема й християнські, стали потужними агентами впливу. Соцмережі дають майданчик, де можна вільно висловлювати власну думку, порушувати гострі питання, про які в церкві мовчать, викривати зловживання. Як і в кожній сфері, тут буває присутній людський фактор — неправильні мотиви, образи, біль. Тому й плоди є позитивні й не зовсім. Не кажучи вже про напругу, яка часто наростає між блогерами та служителями. Про всі ці непрості реалії спілкуємося з представниками блогосфери.

## «Однією з найбільших небезпек блогерства є невідповідність, відсутність відповідальності»

*Олександр Геніш, блогер (Facebook, YouTube), журналіст у Рівненському об'єднанні УЦХВЕ*

— Що привело тебе в блогосферу? Яка твоя основна мета в мережі?

— Напевно, варто розпочати з того, що з дитинства мене цікавило духовне, цікавив Бог. Я томився в своєму серці, шукаючи Бога, свого покликання. Молився про те, щоби Бог мене використовував. Слухав певних проповідників і дивився трансляції зібрань, які підсилювали це бажання. Це припало десь на період, коли я навчався в університеті. Моя перша публікація була в газеті «Жива надія», це було моє власне свідчення. Опісля мав ще декілька публікацій. Редактор Геннадій Андрюсов написав, що я маю неабиякий талант пера, і захопив його розвивати.

Із самого початку я не був у захваті від соцмереж. Чомусь тоді від них бачив більше шкоди, аніж можливостей. Хоча ще зі шкільних років мав схильність до комп'ютерних напрямків, і навіть трошки цікавився програмуванням. Я молився й запитував Бога, чи варто мені реєструватися у Facebook. І мені приснився сон, який попереджав про обережність у публічному просторі. Соціальні мережі — ніби прозорі двері, через які кожен може побачити, що з тобою відбувається.

І коли я вже з'явився в соцмережах, то я почав думати, як цим служити Богу. А оскільки вже мав хорошу освітню базу, навички формулювати думки, вирішив створити свій блог. Тоді ще краще читали великі тексти. І не так була розвинута блогос-

фера, тому мої дописи мали хороші показники переглядів. Це була можливість ділитися думками, реакцією на певні події. Мені це подобалося.

Із тих пір минуло 10 років. Я б сказав, що з часом від блогерства я прийшов до професійної й дослідницької діяльності, коли між тим, що може бути більш популярним, і тим, що є більш глибоким, ти обираєш друге. Із роками багато що переосмислюєш, стаєш більш реалістичним. А з набуттям мудрості, більше хочеться мовчати, аніж говорити. Більше починаєш розуміти, що і твої думки також суб'єктивні. Тепер пишу рідко, зокрема й через брак часу. А з 2018 року, коли мені запропонували роботу в обласному об'єднанні церков, більше працюю для братства. Хоча мої канали досі функціонують, періодично щось пишу, наприклад, веду огляди прощів у п'ятдесятницькому середовищі. Знімаю інтерв'ю, свідчення, інші програми.

**— Які переваги служіння блогера? Які спокуси й небезпеки блогерства?**

— Добре мати розвинуті власні канали зв'язку й комунікації. Тоді твій голос має вагу. Тепер, якщо ти відсутній у цифровому світі, то не маєш впливу. А ще, коли є власні майданчики для служіння, ти можеш бути більш вільний у своїх висловлюваннях, і говорити те, що думаєш. Я бачив людей, які служили лише через церковні майданчики (кафедру, певні відділи), але після певних непорозумінь із керівництвом умить були позбавлені голосу. І всім байдуже, що ти роками розвивав, розбудовував, вкладав свої сили й життя в ці ресурси. Це ж може спіткати і тих, хто має власний блог, — ніщо не вічне, усе певною мірою цензурується. Тому варто дублювати канали комунікації, вести блоги на різних платформах.

Однією з найбільших небезпек блогерства є непідзвітність, відсутність відповідальності. Популярізм, хайп, погоня за вподобайками штовхають людей на хибну дорогу. І не помітиш, як станеш рупором неправди, пропаганди, інструментом сіяння ворожнечі.

**— Як захистити себе від хейтерства? Із якою критикою найчастіше стикаєшся?**

— Коли ти щось робиш, завжди знайдуться люди, які критикуватимуть. Тим більше, є багато негідних людей, образених. Скільки тепер злісних коментарів під будь-якою новиною в інтернеті! Не треба це все читати й приймати близько до серця. Можна навіть у цьому бачити позитив: такі коментарі піднімають рейтинг дописів і збільшують охоплення. Якщо людина пише анонімно і, наприклад, нападає на служителя, якого немає в мережі, і він не може себе захистити, я видаляю такий коментар. Якщо це бездоказова й нав'язлива критика, спершу попереджаю таких людей, якщо не прислухаються, то блокую. Якщо ж це не стосується особистостей, а просто інша позиція, або ж в людини якась рана в серці, то такі коментарі лишаяються.

Я не раз отримував критику від людей, які мали іншу думку щодо певного питання. Намагаюся не вступати в суперечки, навпаки — згладжувати конфлікти. А якщо щось десь і написали, то розумію, що, йдучи в публічність, я на це погодився. У будь-якій справі спочатку все дається непросто, але з часом людина загартовується. Коли ти тільки пробуєш, у тебе перші 10-20-30 підписників, то критика сприймається більш болісно, бо ти ще не відбувся. А коли вже реалізований у своєму покликанні, утверджений і переконаний, що робиш Божу справу, — це стає твоєю бронєю.

**— Чому служителі бояться блогерів? Чи був тиск із боку служителів?**

— Мав у своїй практиці критику й докори від окремих людей із церковного середовища, коли десь щось написав гостріше або записав інтерв'ю з людиною, яка має проблемні стосунки з братством. Але

таких випадків небагато, можливо, через те, що вже знаю всі нюанси кожного середовища, і враховую цю специфіку в роботі. Розрізняю особисті платформи й церковні. На останніх не варто публікувати те, що йде в розріз з баченням церкви, братства.

Думаю, із обох боків потрібно працювати — блогерам доводити, що вони роблять корисну справу, а не шкодять, а служителям приділяти увагу вихованню молоді. Кожній церкві варто замислитися над формуванням медіавідділу, медіакоманди. Тоді буде належна комунікація й планування праці. Навіть негативні ситуації, які іноді висвітлюють блогери, можуть спонукати до позитиву. Якщо церква — на шляху розвитку, то зміни будуть, якщо ж ні — вона стоятиме на місці. Заложить від громади. Наприклад, трансляції богослужінь вплинули на те, що проповідники стали більше часу приділяти підготовці.



**— Який контент найкраще заходить? Які теми залишаються без уваги?**

— Чим глибший контент, тим меншу аудиторію він приваблює. Люди люблять те, що легко сприймається. Популярне те, що скандальне або сенсаційне. Найбільше переглядів набирають матеріали з

пафосними заголовками. Аудиторію цікавлять пророцтва, спекуляції на темі останнього часу. Інколи допис може збігтися з тим, що людям болить у цей час, або з тим, про що багато хто думає, але ще не змогли сформулювати. Такий контент теж може мати тимчасовий успіх.

Тож доводиться поєднувати десь трохи гучний заголовок із елементом дослідження — те, що люди люблять, із тим, що дійсно корисне. Лише так можна залучити увагу глядачів. Щодо моїх власних дописів, то найбільше переглядів (десятки тисяч) отримували матеріали про служіння у Збужі, на тему духовних дарів, на тему дітей віруючих батьків. Щодо передач — найбільше переглядів мали інтерв'ю з відомими служителями, а також розмови на теми якихось кризових ситуацій.

**— Найбільша помилка з твого досвіду? Які межі для себе проводиш?**

— Можливо, помилкою можна назвати втрачені можливості. Свого часу я активно почав розвивати блог лише на окремих платформах (Facebook, пізніше Telegram). Час не стояв на місці, і виникали платформи, які виглядали більш перспективними (Instagram, TikTok), але я принципово не йшов туди, думаючи, що це для підлітків, для розваг і т. ін. Якби вчасно зайшов туди, міг би в разі збільшити свої показники. Хочемо того чи ні, маємо йти в ногу з часом.

Щодо контенту, напевно в мене не було особливих помилок, бо я не та людина, яка схильна ризикувати. Спершу добре обмірковую свої кроки. Хоча бували моменти, коли я знімав або коригував якісь свої матеріали. Коли тиснуть, я принципово не погоджуюся. Але коли є конструктивна розмова, переконливі аргументи й дозволяють авторитетна для мене людина — для мене не проблема поступитися. Усе-таки стосунки важливіші, аніж якісь розбіжності. Тим більше, що мова була не про доктринальні чи фундаментальні речі, це не настільки принципово.

**— Якої підтримки тобі хотілося б? Надихаючий коментар, випадок?**

— Приємно, коли пишуть: «Це слово — від Бога для мене сьогодні!» Коли ти розкриваєш якусь важливу тему — і люди це сприймають, змінюють свою думку на більш біблійну — це надихає.

Поділюся своїм болем. На жаль, у багатьох церквах досі не розуміють важливості медіаслужіння. Громади не готові вкладати ресурси в цю сферу. А по суті це можливість охоплювати тисячі душ, залишити по собі те, що працюватиме після нас. Із сумом спостерігаю, як по церквах Рівненщини і Волині відбулися ювілейні зібрання з приводу 100-річчя церков. Хіба це не по-

дія століття? Ми цікавимося, як все було 100 років тому, відшукуючи інформацію по крупинках, і при цьому втрачаємо історію, яка відбувається сьогодні. Лише одиниці подбали про те, щоб зафіксувати ці ювілейні віхи, відзняти сюжети, спогади старожилів, зрештою, самі урочисті зібрання. Ми витрачаємо левову частку коштів, щоб накрити столи, але навіть десятої частки не готові витратити на те, що закарбується на віки.

Не говорю вже про зрощення особистостей, які могли би принести користь через служіння в медіа. На жаль, блогерами стають переважно ті, хто відірваний від церкви, або не реалізувався там. Це все формує специфічну тематику християнської блогосфери.

Стрімко розвиваються технології, інтернет більше заповнюють алгоритми й контент, згенерований штучним інтелектом або ж некомпетентними людьми. І кожного разу мусимо докладати більше зусиль, щоб голос правди був чулим серед безлічі фейкових голосів.



Facebook  
Олександра Геніша

## «Люди відгукуються на чесність і відкритість»

**Марічка Галюк, блогерка (Facebook, Instagram), спікерка на теми жіночого та сімейного служіння, Івано-Франківськ**

**— Що привело тебе в блогосферу? Яка твоя основна мета в мережі?**

— 16 років тому я переїхала з Києва до Івано-Франківська, бо вийшла заміж за Богдана. Цей крок відділив мене від усього звичного кола спілкування — родини, друзів, церкви. Тоді соціальні мережі стали місцем, де я могла підтримувати зв'язок із близькими: ділитися фотографіями, думками, переживан-

нями. Це була своєрідна нитка, що поєднувала з попереднім життям. 2015 року мене запросили працювати SMM-менеджером у ресторані знайомих, саме там я вперше спробувала себе у сфері цифрових комунікацій. Через рік отримала пропозицію від київської компанії, що займалася відеопродакшном. Цей досвід став для мене великим професійним трампліном: я навчалася в топових спеціалістів, відвідувала майстер-класи, лекції. Тоді всерйоз стала усвідомлювати силу історії, розказаної через відео чи текст.

2017 року, коли народила третю дитину, довелося поставити роз-

виток у роботі на паузу. Саме тоді я опинилася в точці перетину двох світів — духовного й професійного. Із одного боку, я мала роки особистих біблійних досліджень, із іншого — свіжі навички візуальної комунікації, розуміння того, як складні речі донести простою мовою. Тож вирішила спробувати: стала ділитися роздумами в Instagram і Facebook — щоб тексти не лише інформували, а й торкалися сердець. Із того часу продовжую це служіння. Моя мета — не просто публікувати клікбейтні тексти чи хайпові відео, а спонукати читачів до усвідомленого богопізнання.

— **Які переваги служіння блогера? Які спокуси й небезпеки блогерства?**

— Одна з найбільших переваг — соціальні мережі відкривають двері до сердець тих людей, про яких ми навіть не здогадуємося. Це можливість говорити не лише до тих, кого бачу наживо, коли викладаю семінари чи виступаю на конференціях, а й до тих, хто, можливо, давно відійшов від церкви або ще шукає шлях до віри. Це надзвичайна честь бути для когось місточком між сумнівом і живою вірою.

Але поруч із перевагами стоять і спокуси. Це середовище, де легко втратити орієнтири, особливо через надмірну увагу й позитивні оцінки. Ця сфера часто приваблює людей із нарцисичними нахилами, адже створює ілюзію впливу, слави. Проте за популярністю завжди стоїть інший бік — відповідальність. Якщо люди тобі довіряють, ти не можеш дозволити собі нечесності: спонукати до того, у що не віриш, чи рекомендувати продукт, яким не користуєшся. Це питання не лише етики, а й духовної чистоти. Інша небезпека — змагання й маніпуляція. У гонитві за підписниками чи охопленнями блогери часом вдаються до нечесних методів — купують аудиторію, штучно розкручують дописи, створюють контент лише для провокації, без глибини або правди. У християнському контексті це особливо болісно, бо будь-яка фальш чи штучність спотворює саму суть служіння.

— **Як захистити себе від хейтерства? Із якою критикою найчастіше зустрічаєшся?**

— Почати варто з того, що захист від хейту починається не з блокування коментарів, а з внутрішнього усвідомлення: що саме мене здатне образити? Для себе я давно визначила: хейтом вважаю лише особисті напади, коли люди переходять на

образи або намагаються принизити мою особистість. Усе інше — дискусія. Якщо людина має іншу думку, аргументує її з повагою, навіть якщо ми розходимося в поглядах, то це простір для діалогу. Я готова чути, коли зі мною не погоджуються, поки це не перетворюється на агресію.

Найчастіше мене критикують не за зміст сказаного, а за сам факт, що це говорить жінка. Я чую коментарі на кшталт: «Жінка в церкві хай мовчить!» або: «Хто жінці дозволив навчати?» Колись подібних повідомлень було дуже багато, тепер — менше. І я вже навчилася ставитися до цього з гумором. Іноді навіть іронізую на цю тему у своїх дописах чи відео. Розумію, що насправді люди, які пишуть такі речі, не народилися з такими переконаннями — вони сформувалися в певній культурі, традиції, богословському контексті. І коли бачать жінку, яка говорить публічно, для них це просто не вписується у звичну картину світу. Тому стараюся сприймати це з розумінням: їм також потрібен час, аби пройти свої «стадії прийняття».

— **Чому служителі бояться блогерів? Чи був тиск із боку служителів?**

— Коли я переїхала до Івано-Франківська, у церковному середовищі побутувала думка, що віруючій людині не личить бути зареєстрованою в соцмережах — і це саме по собі викликало певний осуд. Такого поняття як «блогер» тоді ще не існувало. Я не постила нічого провокаційного — просто публікувала фото, ділилася думками, підтримувала зв'язок із родиною і друзями. Але

навіть така активність сприймалася з осторогою.

Коли ж у 2017 році я стала активніше й професійніше вести свій блог, цей опір посилювався. Пам'ятаю, як один мій допис (про те, чому наші діти не отримують подарунків на День Святого Миколая), спричинив цілу хвилю обговорень. Його навіть



згадували на церковній раді. Хоча я не засуджувала нічиїх традицій, а лише ділилася особистою позицією нашої сім'ї. Мій чоловік завжди відстоював мене, і я йому вдячна за це.

Одного разу навіть було рішення церковної ради, щоб я протягом двох місяців утрималася від будь-яких публікацій у Facebook чи Instagram. Я прийняла це з повагою й дотрималася рекомендації, хоча розуміла, що мова не про заборону, а про страх перед новим форматом впливу. Пам'ятаю, як деякі знайомі служителі дорікали мені: «Навіщо ти виставляєш себе на показ? Це все — заради прославлення себе». Але минув рік, і один із них попросив допомоги зареєструвати його власний Instagram-профіль. Це стало для мене добрим знаком: людям просто потрібен час, щоб прийняти нову реальність.



Тепер ситуація кардинально інша. Ті, хто колись скептично ставився до соцмереж, тепер самі записують відео, публікують дописи, цитують уривки з Писання. Церква стала усвідомлювати, що соціальні мережі — це не загроза, а можливість. Можливість говорити до тих, хто ніколи не переступить поріг храму, поширювати Боже Слово за межі стін церкви. І мені радісно бути частиною цього процесу.

**— Який контент найкраще заходить? Які теми залишаються без уваги?**

— Найбільше резонують у моїй аудиторії тексти, пов'язані з трансформаційними інсайтами — коли звичні переконання раптом стикаються з новим знанням і починають змінюватися. Коли ми наважуємося переглянути те, у чому були абсолютно впевнені. Розгорнувши історичний чи культурний контекст, проаналізувавши біблійний текст, виявили, що трактували його не зовсім точно.

Саме такі дописи про «зміну оптики», переосмислення, пошук глибини там, де звикли до спрощень, лишуються в топі роками. Люди відгукуються на чесність і відкритість до навчання. І хоча я маю безліч думок на різні теми, як медійниця з досвідом чітко бачу різницю між охопленням «простих» християнських роздумів і охопленням текстів, які викликають внутрішню зміну. Масштаби цієї різниці просто вражають!

**— Найбільша помилка з твого досвіду? Які межі для себе проводиш?**

— Насамперед маю сказати: я жива людина. Раніше мені було значно важче прийняти цю просту істину, але останній рік я багато працюю над тим, щоб дозволити собі чесність, слабкість і вибачення самої себе. Попри репутацію педантичної й прискіпливої в дослідженнях, у стосунках я залишаюся довірливою та подекуди навіть наївною. За роки моєї активної присутності в Instagram не раз потрапляла в ситуації, які навчили обережності. Не менше 10 разів я мала справу з жінками, які прагнули зайти в християнський інформаційний Instagram-простір. Вони активно коментували, поступово вибудовували

стосунки. І дуже часто це все завершувалося проханням допомогти просунути їхній контент. Я щиро це робила, тому що хотілося бачити в Instagram більше християнок, більше сестринської присутності поруч. Я робила це безкоштовно, від серця, бо вірила, що ми можемо підтримувати одна одну. Та більшість із цих жінок припиняли спілкування, коли їхні сторінки досягали приблизно тих самих цифр, що й моя. Дехто з них згодом починав творити контент, за який навіть мені соромно, адже частина аудиторії прийшла до них саме через мої рекомендації. Я переживала, що власноруч відчинила двері до джерел, із яких сама би не черпала. Довго себе за це картала. Але водночас розуміла: на момент знайомства вони не виглядали недобрсовісними. Їхній контент був біблійним, глибоким, щирим. Можливо, вони змінилися згодом. Можливо, ще тоді намагалися пристосуватися до мене. Усієї правди я не знаю.

Але все це привело мене до важливого висновку: я не зобов'язана поширювати контент людини, яку знаю лише онлайн, навіть якщо вона видається близькою за духом. Це про відповідальність перед власною аудиторією. Не можу сказати, що тепер я фільтрую оточення надто жорстко. Але я навчаюся проводити внутрішні межі, які дозволяють мені залишатися чесною перед собою і перед тими, хто мені довіряє.

**— Якої підтримки тобі хотілося б? Надихаючий коментар, випадок?**

— Якщо чесно, мені би хотілося того самого «царського лайку» від людей, які були поруч зі мною в різні періоди життя й залишаються поруч зараз. Я дуже добре відчуваю різницю між підтримкою онлайн і офлайн. Дивно, але не одразу помітила, що багато з тих, кому я допомагала, репостила, підсилювала їхній голос, майже ніколи не підтримували мене навіть елементарним лайком. По-людськи це інколи засмучує. Не через цифри, ні. А через те, що людям страшно показати, що вони зі мною солідарні. Бояться реакції друзів, церковних кіл. Бояться бути «поміченими» поруч зі мною. І я це приймаю: це їхнє право, ніхто не зобов'язаний лайкати все під-

ряд чи погоджуватися з кожною моєю думкою. Але коли я бачу хоч маленьку взаємність від людей, яких знаю офлайн, у серці це завжди особливому відгукується. Бо я знаю: вони не просто натиснули сердечко, а свідомо засвідчили, що стоять поруч і розділяють мої погляди.

Звісно ж, найголовнішу підтримку я маю вже давно. Це підтримка мого чоловіка — не всім помітна, але вірна й постійна. Не тоді, коли мене стали просити про репости церкви та християнські організації, а з самого початку. Він був поруч, коли мене вважали дивною, не схвалювали моєї діяльності, коли я тільки вчилася бути собою в публічному просторі. Для мене очевидно, що Бог підтримує мене через Богдана. Можна мати будь-які масштаби аудиторії, але якщо поруч немає людини, яка вірить у твій дар і бачить твоє місце в Божому плані — успіх ніколи не буде відчуватися як благословення.

Я дуже хочу побачити в соціальних мережах більше християнських голосів. Не шаблонних, не штучних, не відредагованих під очікування інших, а справжніх. Нам не потрібно постійно цитувати Біблію під сімейними фото чи робити вигляд, що наше життя ідеальне. Нам потрібно просто бути видимими для наших невоцерковлених друзів чи знайомих. Показувати, як виглядає наша церква, як проходять домашні групи, табори, служіння. Показувати не релігію, а живі стосунки з Богом. Бо в суспільстві, де багато зраних і надламаних людей, християнство покликане нести не осуд, а руку допомоги. Приналежність до церковної спільноти дає людям шанс на зцілення й нову ідентичність. І кожен із нас може стати маленьким свідченням цього. Навіть якщо нас дивиться лише одна людина, можемо стати для неї світлом. І саме з таких тихих, але вірних проявів складається великий рух, який, я вірю, здатен змінювати світ для Бога!



Instagram  
Романа Цумана

## «Блогерам і пасторам потрібно подружитися»

**Роман Цуман, блогер (Facebook, Instagram), США**

— Що привело тебе в блогосферу? Яка основна мета в мережі?

— Я давно був зареєстрований у Facebook та Instagram, але активно став їх вести десь 3 роки тому, після виїзду за кордон. Спочатку публікував дописи, а рік тому став знімати Reels. Я майже нікуди не виїжджав зі свого містечка в Україні, а тепер побачив світ, прекрасні місця. Багато нових вражень, знайомств, спостережень — хотілося цим ділитися з іншими. Соцмережі стали моїм хобі, віддушиною, як для когось — риболовля. Коли ж став працювати далекобійником (а це 20 днів на місяць у дорозі), телефон та інтернет — фактично все, що в мене лишилося.

Служіння Словом — це моє покликання. Не маючи багато можливостей реалізувати себе як проповідника в церкві, відчував, що починаю іржавіти, не знаходив собі місця. Тож став записувати власні думки, адаптуючи їх до короткого відеоформату. У процесі відкрив для себе, наскільки це перспективна сфера. Тисячі людей, яких ти ніколи не бачив, можна досягнути, торкнутися їхнього серця. Треба бути нерозумним, щоб не використати такі можливості для Божого Царства! Тому можу сказати, що основна моя мета — це проповідь Євангелії. Та ще й так усе зійшлося, що саме роботу водія легко поєднувати з блогерством. Адже в дорозі багато часу для роздумів, і завжди можна зупинитися, щоб записати їх на відео.

— Які переваги служіння блогера? Які спокуси й небезпеки?

— Основна перевага — це, власне, охоплення. Не виходячи зі свого трака, ти можеш впливати на велику кількість людей у всьому світі. Сьогодні в мене у Facebook — 9000 підписників, у Instagram — 8000, у TikTok — кілька тисяч. У своїй церкві я міг проповідувати максимум для 400 людей. Це дуже потужний

і цікавий інструмент для служіння. Якось я просто розповів свій сон на 30 секунд, і цей ролик дуже швидко набрав 150000 переглядів, багато поширень, коментарів і став свідченням для багатьох. Тож тепер щоразу міркую так: як я можу прославити Боже ім'я і наштовхнути людей на корисні роздуми?

Ще одна суттєва перевага, за яку, щоправда, доводиться платити ціну — у соцмережах я можу висловити те, що не завжди сказав би з-за кафедр. Це моя особиста сторінка, де я можу бути набагато відвертішим. Та й контекст США дає більше свободи для цього. Можна використовувати гумор, акторство — різні форми. Якщо є харизма — треба обов'язково йти в цю нішу. Блогерство — це справжнє мистецтво. Воно дає поштовх для росту, адже з перших секунд тобі треба завоювати увагу глядачів.

Одна зі спокус у цій сфері — потрапити на гачок марнославства, потрапити в залежність від лайків, коментарів і красти в людей увагу порожніми відосиками. Також є небезпека — хайпувати на різних скандалах, виривати з контексту, маніпулювати. Я бачу, як деякі блогери справді погрузили в цьому — з'їхали в негатив, бруд, інтриги. Адже аудиторія дуже любить такі теми, перегляди ростуть — а це ще й монетизація... Ми, як християни, повинні бути вище від цього. Це не значить, що ми не повинні говорити на актуальні болючі теми. Але з правильними мотивами — не просто, щоб бути в тренді, а щоб окреслювати загрози, шукати конструктиву.



— Як захистити себе від хейтерства? Із якою критикою найчастіше стикаєшся?

— Коли розповідаєш про своє життя, а особливо про сім'ю, дітей — ти відкриваєшся перед людьми й стаєш вразливим. Звісно, тут є свої небезпеки, і кожен сам вирішує, до якого рівня відвертості він готовий. Найбільше нахамити можуть люди з котиком на аватарці та вигаданим іменем — тобто аноніми. Але в соцмереж знову ж таки є перевага. Після проповіді в церкві до тебе також можуть підійти і висловити все, що про тебе думають. Але ти не можеш «клікнути» по носі тій людині, щоб вона навіки зникла із твого акаунта, а в мережі — можеш! І я цим іноді користуюся — блокую за грубощі, мову ненависті. Учуся не приймати все близько до серця. Найбільш боляче чути знецінення від людей із церков, де я виріс. Дехто в мені розчарувався, але втішає, що незрівнянно більше тих, кому моє служіння принесло благословення.

Найбільш часта критика на мою адресу складається із двох слів: «Не

суди!» Це стосується тих відео, де я висловлював свою думку щодо різних крайнощів у християнстві або церковних скандалів. Я вражений, наскільки люди схильні плутати осуд із правом церкви називати речі своїми іменами.

**— Чому служителі бояться блогерів? Чи був тиск із боку служителів?**

— Очевидно, тому, що відчувають загрозу. Адже блогер може вирізати уривок із проповіді та осоромити проповідника на весь світ. І справді є ті, у кого відмовили гальма. Тому служителі мають сильне упередження, вони уявляють блогерів як якихось ображених людей, які ні з ким не спілкуються, тільки сидять у своїх телефонах. Але не всі ж такі. Потрібно, щоби було більше комунікації. Блогерам і пасторам потрібно подружитися й спрямувати це служіння в правильне русло, яке приносить користь для церкви.

Дуже часто служителі не усвідомлюють, наскільки потужним даром може бути блогерство. Після останніх скандалів у церковному середовищі я чув такий вислів від одного єпископа: «Передайте усім блогерам, що немає такого покликання, як блогерство!» Я категорично з цим не згідний. Це та ж сама проповідь, тільки через екран. А як же Біллі Грем, Ярл Пейсті, Іван Зінчик? Думаю, якби апостол Павло жив у наш час, він мав би останній iPhone і однозначно поширював би свої послання в соцмережах.

Особисто я не відчував ніякого тиску від свого служителя — до одного моменту, коли записав дуже невдале відео. Пастор подзвонив мені, зробив зауваження. Так соромно мені ще ніколи не було. Я пройшов через справжню особисту кризу. Три місяці після цього мені навіть до церкви було важко заходити. Звісно, тоді я видалив це відео й записав вибачення.

**— Який контент найкраще заходить? Які теми залишаються без уваги?**

— Напевно, найбільше моїй аудиторії цікавий сімейний контент. У нас саме народилася сьома дитина, і я часом показую буденне життя без прикрас. Люди цінують, коли

ти не виставляєш усе ідеальним, а говориш, як воно є. І взагалі сьогодні найбільше приваблює справжність, а відштовхує — штучність. Якось в дорозі я натрапив на один вірш, так він мені сподобався — поки їхав, то вичив напам'ять. Повернувшись додому, посадив поруч доньку й записав поетичне відео під музику — як батьківське звернення до неї. І сьогодні воно має вже близько мільйона переглядів тільки в Instagram, дуже багато коментарів — і всі позитивні. Також люди люблять життєві свідчення про Божі дива.

Але це навіть у порівнянні не йде з тим масовим охопленням, яке мають публікації, де висловлюєш свою позицію з приводу якоїсь гострої теми чи скандальної події. І це дуже засмучує — на жаль, люди більше шукають хліба й видовищ. Коли записуєш відео, присвячене певному уривку з Божого Слова, завжди так хочеться, щоби більше людей звернули на нього увагу! Натомість — лише кілька відсотків...

**— Найбільша помилка з твого досвіду? Які межі для себе проводиш?**

— У мережі меж немає взагалі. Тільки ти сам можеш їх для себе провести. Дуже важливо пильнувати за собою. Але я теж людина й помиляюся. Я уже згадував про відео, яке мені довелося видалити. По суті, це був такий експеримент, і навіть скажу, що він вдавнявся, тільки надто великою ціною для мене. Ідея була така: записати відео про повністю вигаданий скандал у моїй церкві, а в кінці сказати, що це все неправда, і запитати: «Що ви відчували, коли це дивилися? Чи хотіли вже писати їдкий коментар, пересилати комусь?» Таким чином показати людям, що в їхньому серці. І все вийшло саме так, тільки один момент я не врахував — люди стали поширювати це відео як правдиве, тому що не додивилися його до кінця або ж не розібралися й не зрозуміли, що це все — вигадка! Це створило великий резонанс. Єдина користь, яка була від цього — я побачив справжню сутність деяких людей із власного оточення. Але більше так робити точно не буду... Я провів для себе жорсткі межі щодо негативного контенту. Хоча й раніше старався більше зосереджувати-

ся на позитиві, але якщо в мене одне відео з 10-ти могло бути на якісь гострі теми, то тепер це буде — одне з 30-ти.

Власне, я сам не раз виступав проти блогерів, які виливають бруд на церкву, висміюють пасторів. Цим самим захищаю насамперед власних дітей. Якими вони виростуть, якщо будуть це дивитися? Це вже стало трендом, модою. Служителі іноді роблять помилки, це правда. Але потрібно знати міру в критиці, бо часто вона приносить більше шкоди, ніж користі. Хоча завдяки такому контенту проповідники стали уважніше слідкувати за своїми словами — і це плюс. Та для зовнішніх людей це може стати спотиканням.

**— Якої підтримки тобі хотілося б? Надихаючі коментарі, випадки?**

— Неймовірно надихає, коли люди з різних країн пишуть: «Сьогодні через вас до мене говорив Бог!», «Мені саме зараз потрібно було почути це Слово!» У такі моменти думаю: «От саме заради цього варто продовжувати справу!»

Не скажу, що я очікую якоїсь підтримки. Просто хотілося б, аби люди продовжували сприймати мене серйозно. Тому що, на жаль, деякі знайомі з України пишуть: «Ти ж був проповідником, а тепер скотився до блогера — яка ганьба!» Хотілося б, аби церкви розуміли, що соцмережі — важливий інструмент для досягнення молодого покоління. Я окреслю свою аудиторію так — це підлітки, молодь і молоді сім'ї. Саме про них думаю, коли створюю свої відео. Хотілося б, аби блогерство мало визнання на одному рівні з іншими служіннями.

Звісно, для блогера важливо отримувати зворотній зв'язок — лайки, коментарі, поширення. Хоча я не орієнтуюся лише на те, що людям подобається, та все ж цікаво стежити за статистикою, щоб розуміти, що їм ближче, актуальніше. Не всі розуміють алгоритми соцмереж — що від реакцій дуже залежить, яке охоплення матиме конкретна публікація. Тому, якщо ви отримали щось корисне для себе — поставте лайк, прокоментуйте, щоб цей контент набрав більшого поширення.



# Чотири поради блогеру від пастора



леко за спиною, і залишається лише сподіватися, що ми здатні задавати напрямок чи хоча би вберігати від кювету. То ж поділюся чотирма порадами для блогера від пастора.

## Іди, але більше не гріши!

Ісус у Великому Дорученні каже, щоб ми йшли. І я переконаний, що світло має бути на просторах інтернету. Проте варто чітко пам'ятати, що місце твого падіння не може бути місцем твого служіння. Мається на увазі, що часто є спокуса виправдати своє перебування в соцмережах служінням, хоча насправді воно є слабкістю. Якщо не сформований міцний духовний стрижень, то краще оминати спокусу десятою дорогою.

Адже блогерство — це шлях викликів та спокус. У якийсь момент можна відчутти себе зіркою. Тому не загоряйся, щоб не потухнути! Варто пам'ятати, що Місяць світить лише тому, що відображає світло Сонця! Так і ми з вами живемо, служимо й маємо певні успіхи завдяки Його суверенній волі.

*«Але Оголива зайшла у своїй розпусті ще далі. У Вавилоні побачила вона чоловіків, змальованих на стіні, постаті халдеїв-воїнів у червоному вбранні. Вони мали пояси навколо стану зі спадаючими тюрбанами на головах, усі вони виглядали, як вавилонські військові старшини, що родом із Халдеї. Як тільки вона побачила їх, то запалала бажанням до них і послала до них посланців у Халдею. Тоді вавилоняни прийшли до неї, до ліжка любові й у хтивості своїй осквернили її. Після того, як вони її опоганили, вона відвернулась від них із огидою» (Єз.23:14-17).*

Зверніть увагу, що принципи не змінні впродовж віків. Порочне коло інтернету має ті ж характерні ознаки! Оголива побачила певні тренди,

які запали глибоко до її серця. Після чого запалало її серце, що говорить про наступну вісь — пристрасть. За нею слідував гріх на ложі любові. А закінчилося все розчаруванням, яке супроводжується огидою, депресією та іншими духовними болячками. Якщо подих затамовується від світлин у інстаграмі, а Біблія припадає пилом на полиці, якщо тебе крутить у центрифусі пороку, годі й думати про блогерську діяльність. Тому що в місці слабкостей не можна виконувати служіння!

## Говори, але не «хайпуй»!

Світ перевернули догори дригом, і «лайк» став розмінною монетою для сумління, чесноти та правди. Інтернет навіть не говорить, а верещить. А блогери навздогін — ще дужче та один поперед одним. Але вони розповідають не про ті тисячі літаків, із якими все добре. Не про те, що Бог робить через церкву, не про допомогу нужденним. Радарами вистежують, хто б міг збитися з курсу, а якщо якийсь літак різко пішов у піке — то наче виграли в лотерею. І сюжетів — що хоч у інтернет тепер не заходь!

Страх, сенсація і секс — основні емоційні «гачки», якими приваблюють аудиторію хайпери. І не гребують нічим заради власної вигоди й свого ж марнославства.

Проте християни мають розповідати про Божу славу й силу та виявляти скромність! Адже чітко читаємо у посланні до Ефесян: *«Нехай жодне слово гниле не сходить з уст ваших, а кажіть лише те, що допомагає людям духовно зростати згідно з їхньою потребою, щоб ви допомогли тим, хто чує вас» (4:29)*. Розповідаймо про хмару свідків, яких маємо навколо себе, які скинули тягар гріха і біжать з терпелістю до боротьби, яка перед ними. Хай завжди перед очима

Ніхто вже не мріє бути космонавтом, як у моєму дитинстві. Блогер — нова амбіція дітей, підлітків і молоді. І тепер хористка запізнюється на співанки, бо знімала відео для соцмереж. Проповідник переконаний, що більша кількість людей почує його через сучасні засоби зв'язку, і вміло вирізає уривок із недільної проповіді. А вчителька недільної школи, виставляючи свої саморобки, зібрала таку кількість підписників, що й сама не очікувала. Та навіть ті, хто нічого не публікує, самі стежать за якимось інфлюенсером, бо «так вже гарно він розповідає» і «говорить правильні речі».

Блогерство набрало таких обертів, що «точка неповернення» да-

нашими буде Ісус, наш Провідник у вірі, Який приведе її до досконалості (див. Євр.12:2).

Нехай нашими критеріями не будуть алгоритми нищості тілесної, але творчості, мудрості й любові.

### Ти молодець, але церква ще краща!

У сучасну еру індивідуалізму кожен бажає власне «Я» підійняти вище й вище. Галерея тріщить від селфі. Раніше люди за все життя не мали стільки фото, як пересічна студентка за вихідні. Ми фотографуємо сніданок, знімаємо в сторіз вечерю або як їдемо на велосипеді... І якби в нас запитали, що покажемо, то могли б відповісти в унісон із Єзекію: «Побачили все, що в моєму домі. Не було в моєму домі чогось такого, чого я їм не показав, навіть те, що в моїх скарбниціях!» (2Цар.20:15). Друзі, показуючи щось іншим, пам'ятаймо: найважливіше — показати Бога!

Мене турбує той факт, що кожен представляє на інформаційних просторах самого себе, а Церква — аутсайдер! Для церкви потрібні власні ЗМІ, бо сьогодні ти є, а завтра передумав. Малоймовірно, що хтось інший вестиме твою новинну стрічку після тебе, але по-іншому — із Церквою. Власне офіційне представни-

цтво важливе, як і для будь-якої організації. Не завжди погляди чи поведінка конкретної особи відповідають вченню та є прикладом для наслідування.

А ще саме церковні новини — це добрі новини. Цього й бракує людям — бачити світло серед темряви. Аби серце не стало запеклим, аби не впасти у відчай, потрібна інформаційна детоксикація. Запалить каганець Божого світла та поставте його так високо, аби могли бачити в усій окрузі. Розповідаймо про церкву на власних ресурсах, даймо їй можливість говорити самій за себе.

### Твори, але не чуди!

Божому Царству потрібні інфлюенсери. У свій час апостол Павло та інші Божі мужі писали послання, які зміцнювали віру людей. Сьогодні мають звучати через усі можливі засоби меседжі від покоління, яке довіряє Христу. Християни мають засвідчити у Facebook та Instagram про Божу славу! Я впевнений, що ми маємо потенціал для того, щоб творити чудовий контент. Серед нас є люди, яких Бог покликав стояти перед камерами, говорити до сердець через екрани та бути Його голосом у цифровому світі.

Лише не потрібно йти всупереч. Ця праця має бути від церкви, а не

проти неї. У будь-якому видавництві є редактор, який відповідає за редакційну політику, якість контенту, фінальне рішення. Медійне служіння не повинне бути винятком із правил та зобов'язане підпорядковуватися баченню церкви. Навіть у той момент, коли воно стає явним обличчям церкви, варто пам'ятати, що — не головою!

Ради власної безпеки, аби «не чудити», варто звіряти стрілки компаса. Нехай старші служителі не користуються новітніми моделями смартфонів, але вони точно знають правильний напрямок руху. Апостол Павло мав успіх, фоловерів ставало все більше... Але він дає звіт «головній редакційній раді» в Єрусалимі: «...і там виклав їм Євангеліє, яке проповідую язичникам, а видатним — окремо, чи часом не даремно я працюю або працював» (Гал.2:2).

Медіа — це кафедра (чи, можливо, краще сказати «трибуна»). Через екрани ми можемо говорити до тих, хто поки не переступив порогу дому молитви. Варто не зволікати, але споряджатися для виконання Великого Доручення, щоби будь-яка технологія працювала для справи місії.

**Вадим КОРОЛЬЧУК**



Медіатренинг, організований медіавідділом Київського обласного об'єднання УЦХВЕ, м. Фастів, 2024 р.



## Як розповідати Добрі Новини у світі цифрових медіа — на Київщині пройшов Медіаретрит УЦХВЕ

19 – 21 вересня 2025 року на Київщині пройшов ретрит для медійників обласних об'єднань УЦХВЕ. Його присвятили темі: «Візуал вирішує все! Від ідеї до post-production». Мета заходу — не лише дати важливий інструментарій та знання (зокрема про написання сценарію, режисерську та операторську роботу, монтаж, публікацію відео), а насамперед надихнути, показати нові горизонти.

Вітаючи учасників, старший єпископ УЦХВЕ Анатолій Козачок подякував їм за служіння та підкреслив, що тепер відкрилися нові можливості для проповіді Євангелія саме через медіа.

Серед запрошених викладачів був британський журналіст, викладач Єльського університету Пітер Померанцев, який поспілкувався з учасниками в прямому ефірі. Говорили про майбутнє медіа: тренди та специфіку роботи в еру війни та штучного інтелекту.

«Як підкреслив Пітер, Церква є і буде в топі лідерів суспільної довіри. Маючи такий запит від суспільства, ми бажано спорядити наші медійні команди, щоб вони могли ефективно служити на славу Божого Царства», — наголосив директор Департаменту зовнішніх та міжнародних зв'язків УЦХВЕ Юрій Кулакевич. Також він окреслив мету й завдання християнських медіа, заваживши принцип аналізу подій із християнською перспективою.

Після огляду теми «Комунікаційна стратегія УЦХВЕ», який провела контент-редактор союзного сайту Ірина Боровкова, ректор Київського біблійного інституту Ігор Скрипніченко викладав про те, як розповідати Добрі Новини в сучасному світі. «Церква стає автором суспільної думки, коли говорить про Добрі Новини у світі поганих новин», — підкреслив промовець.

На другий день ретриту режисер та сценарист, директор студії «Pravda PRO» Сергій Шараєвський викладав основи сторітелінгу та етапи створення фільму: сце-

нарії, режисуру, монтаж. Лідер медіакоманди київської церкви «Філадельфія» Андрій Козачок говорив на тему: «Церковне залізо: техніка для стріму та студії». Команда медійниць із Чернівців — Instagram-менеджер Олена Войтоловська та її колега Катерина Камінська — ділилися семінаром «Рілзи, які будуть дивитись» та секретами церковного TikTok. Про «Формування операторської команди в церкві» на власному досвіді розповів професійний відеооператор Олександр Степанов.

Останній день медіаретриту теж був насиченим. Про християнський YouTube, його флагманів, якісний контент, тенденції, інструменти та ідеї для церковного каналу викладав журналіст, документаліст у «Save Ukraine» Дмитро Лісовський. Олена Войтоловська продовжила тему постпродакшну відео для соцмереж. А завершив програму словом духовного наставлення пастор київської церкви «Божа воля», доктор філософії Павло Шевчук.

[chve.org.ua](http://chve.org.ua)



## Свідчення

# Чому я мовчала чотири роки?

Тривалий час я нічого не публікувала, і в багатьох людей виникали запитання, де я зникла й що зі мною сталося. Ну, насамперед, я переїхала в Сполучені штати й проживаю тут уже три роки. Думала, що мені робити зі своїм YouTube-каналом, адже тут майже 20 тисяч підписників — немала аудиторія, перед якою я маю певну відповідальність. Ще рік тому в мене був такий стан, що взагалі не хотілося повертатися в медіа й не було бажання нікому нічого говорити. Сьогодні так багато різних голосів! А мені хотілося просто помовчати...

Узагалі цей період мовчання тривав досить довго. Поки я не зустріла свого теперішнього співведучого, який сказав: «Лізо, давай будемо створювати медіа!» І я подумала: хоча ефір заповнений інформацією, мабуть, не так багато контенту, який справді може збудувати віру. І вирішила говорити. Тому сьогодні моє служіння більшою мірою пов'язане з каналом LOGOS MEDIA. А на особистому каналі хочу викладати відео про власне життя — із чим я боролася і борюся. Можливо, у моїй історії хтось побачить себе, можливо, вона зможе для когось бути корисною, надихнути.

Отже, я Ліза. Народилася в багатодітній сім'ї, у мене семеро братів і три сестри. Я дуже вдячна за батьків, які дали мені життя й навчили любити Бога — а це найголовніше. Пам'ятаю підліткові роки — складний вік, коли ти стикаєшся зі своїми комплексами. Порівнюючи себе з іншими, я почувалася нездарою, здавалося, що в мене немає жодних талантів. На уроках часто витала у своїх думках. Не те, щоб наука мені важко давалася, просто важко було зосередитися. Коли слухала вчительку, більше звертала увагу не на те, що вона говорить, а на те, як говорить. У старших класах дуже любила книги, могла до самого ранку читати якийсь любовний роман. У той період усвідомила, що пора зробити важливий крок у житті — визначитися, яким шляхом іти, яку професію здобути.

Одного разу до моїх рук потрапила книга «Полум'яне серце» Джона Бівера. Божий Дух дуже торкнувся мене через неї. Пам'ятаю, що читала її вночі, як усі спали. І коли схилила коліна, відчула явну Божу присутність у своєму житті, що я Йому не байдужа. Напевно, саме відтоді розпочався мій шлях із Богом. Щовечора приходила на побачення з Ним — розповідала, як у мене справи, радилася, що робити. І від цього ставало легше. Бог був моїм надійним Другом. Просила, щоб Він відкрив, куди мені рухатися. Я зовсім не знала себе. Були думки навчатися на перукаря або діловода. І ось я закінчую школу, складаю ЗНО з непоганими результатами. Подаю документи у два навчальні заклади — і не проходжу ні на перукарство, ні на документознавство. Думала: що відбувається? Що ж робити? Може, я щось не те Богу сказала?

Тоді з'явилася можливість піти навчатися на диригента хору. Оскільки я мала музичний слух, то зі вступом проблем не було. Навчання тривало два роки. Коли мені виповнилося 18, саме розпочалася війна на сході України. Тато часто вмикав новини по радіо. Мені дуже подобалося слухати й вивчати інтонації дикторів. Яюсь я виписала собі текст новин, вивчила його напам'ять та інколи жартома начитувала друзям, наслідуючи манеру ведучих. Мені казали: «Лізо, у тебе талант!» Десь у глибині душі я мріяла про телебачення, але думала, що це не для мене — це для більш розумних, освічених, які вміють швидко формулювати думки. А я такою не була. Я була дуже тихою та сором'язливою.

Яюсь ми гуляли з друзями, і я вчергове виконала перед ними знайому начитку новин. Один із хлопців зняв це на телефон і показав своєму татові. А той надіслав цей запис моєму майбутньому директору зі словами: «Бери цю дівчину на роботу!» Я ж про це не знала й далі планувала стати перукарем. Раптом — дзвінок: мене запрошують у мі-

сію «Добрий самарянин» працювати журналісткою. При тому, що я за все життя не написала жодної статті! Навіть твори писати в школі страшенно не любила. Не знаю, як я погодилася. Думала: а, спробую! Мені здається, якби тоді мені нинішній розум, то відмовилася б. Перші статті, які я писала в міській газету, були для мене мукою. Не було чату ГРТ, щоб допоміг! Я розуміла, що це не моє, сама собі не подобалася й планувала покинути цю роботу.

Був момент, я сиділа на місіонерській конференції й подумки запитувала в Бога: «Боже, чому я? Чому я тут? Знаю дівчат, які на це вчилися, мають здібності, роблять це дуже добре. А я не вмію!» І Бог промовив до мого серця через одну з проповідей: «Я не шукаю здібних людей. Я шукаю вірних і роблю їх здібними!» Тоді я відповіла: «Добре, Боже, спробуємо!» Десь через пів року з'явилася можливість співпраці з місцевим телеканалом, де ми створювали передачі про політику. А згодом мені прийшло чітке бачення: потрібно створювати програми для християнської молоді! Приміщення для студії на місії було. Але ж потрібні команда, фінанси, техніка... Я просто відкрила блокнот, написала список потрібного й стала за це молитися. Усього за три місяці все з'явилося! Так ми почали робити програму «Голос, що кличе».

Не знаю, як мені вдавалося писати сценарії, запитання для гостей... Тільки завдяки Господу! Звісно, була й критика, мовляв: як вона може це робити без відповідної освіти? Хоч це й здавалося недосяжним, я дуже мріяла вчитися на каналі «1+1». Але згодом Бог неймовірним чином здійснив цю мрію — із 300 заяв абітурієнтів, поданих на канал, відібрали 30, і я була серед них. Також знайшлися спонсори, які заплатили за навчання. Під час цих курсів зі здивуванням ловила себе на думці: не розумію звідки, але я це все знаю! Звісно, я взяла там корисні уроки. Але навіть не з погляду створення контенту, а стосовно свого покли-

кання — що я насправді хочу робити. Зрозуміла, що світське телебачення — не для мене. Власне, це саме мені сказав і один із тамтешніх викладачів, бачачи мої внутрішні переконання. Тепер, знаючи зсередины, як створюються новини, я майже не дивлюся новин. І вважаю, що небагато від цього втрачаю.

Отож, «Голос, що кличе» набрав обертів. Ми створювали багато різноманітного контенту — свідчення, інтерв'ю зі служителями... Що ж сталося потім? Чому я залишила програму? Моє життя було дуже насиченим. Підготовка щотижневих випусків, дитячих передач, молодіжних брейн-рингів. Проведення авторського курсу для дівчат із постійним супроводом учасниць. Спів у гурті «Секунди», який часто кудись їздив. У якийсь момент я відчула, що щось іде не так. Не розуміла, чому, але втратила радість у житті. Ніби ж служила Богові, віддавала себе... Але не раз вечорами плакала, не розуміючи, що зі мною відбувається. Я відчувала втому, але не фізичну.

Якось перед сном я за звичкою хотіла ввімкнути якусь проповідь — і натрапила на відео Сергія Вітюкова «Внутрішній світ людини». Це був курс із 60 частин. І прийшла чітка думка: тобі потрібно це прослухати. Але коли? У мене зовсім немає часу! Стала потроху слухати в дорозі. У той період я зрозуміла, що вичерпала себе на проєкті, що потрібні зміни. Визріло рішення залишити «Голос, що кличе», змінити місце проживання. Отримала чимало пропозицій, зокрема з Луцька. І вже мала їхати туди на роботу.

Якось на світанку я вийшла на вулицю й стала молитися: «Боже, якщо я зараз поїду до Луцька — і моє служіння нікого не буде змінювати, то не хочу... Не хочу просто збирати лайки, коментарі...» Минуло буквально кілька днів, і раптом мені пише Сергій Вітюков: «Якщо хочеш, ми можемо поспілкуватися». Це було великим здивуванням для мене. Звісно, він не знав, що я тоді слухала його курс. Ми зідзвонилися, і він каже: «Я випадково побачив твоє фото в соцмережах і подумав: ця молода дівчина така активна, але вона так довго не витримає.

Божий Дух торкнувся мого серця й сказав: послужи їй!» І продовжує: «Лізо, ти вигоріла, ти більше так не можеш! Ти протягнеш ще максимум рік-півтора, і прийдеш до ще гіршого стану».

Це змусило мене зупинитися й серйозно замислитися. Я ж усе життя чула з-за кафедри: «Служи Богові до кінця!» А тут служитель світового рівня каже: «Не йди в служіння, тобі треба послужити власній душі». Спершу — це стан шоку: як так? Я стала шукати Божої волі й прислухатися до свого серця. І відчула в серці величезне бажання залишити сцену й поїхати в село. Стала шукати відповіді в Біблії — і натрапила на уривок, де говориться про «самітні місця». Поїхали з нашим гуртом у місіонерську поїздку. Після молитви в одній церкві мене кличе до себе служитель і каже: «Ти стоїш перед вибором і думаєш, куди йти. Але те, що в серці — воно від Бога!» А в серці було — повернутися додому, в село.

Так я залишила багатьох людей в нерозумінні: «Куди ти йдеш? Чому ти йдеш?» Просто усвідомила, що мені потрібне перезавантаження. На той момент стосунки з Богом були, але вони стали досить формальними: «Дай, допоможи...» Я не мала сокровених розмов. Щороку перечитувала Біблію, але це було швидше «для галочки», ніж для того, щоб отримати особисте відкриття. І коли я переконалася, що це справді Божя воля, переїзд став для мене дуже простим рішенням. Дев'ять місяців я прожила в селі, відновлювалася душею, проходила навчання з душеопікунства, чим могла, допомагала в місцевій церкві.

Коли почалася повномасштабна війна, як і багато інших людей, я була в замішанні — що робити? Спершу не хотіла нікуди їхати. Відверто кажучи, Америка мене ніколи не приваблювала. Але зрештою відчула, що потрібно рухатись далі. Двічі не склалася поїздка у Вашингтон, куди мене кликали родичі, друзі. А натомість

— склалася на Аляску. І це мегаосбливий період у житті — коли були тільки я і Бог. Час внутрішнього наповнення — я читала, читала і читала Біблію з великою спрагою.

Підсумовуючи, хочу сказати: Богові не байдуже життя жодної людини. У Нього є ідеальний план. Відшукай Його. Тільки відшукавши Бога, ти знайдеш себе. Він поведе тебе дорогою, про яку ти навіть не думаєш. «Бо Я знаю ті думки, які думаю про вас, говорить Господь, думки спокою, а не на зло, щоб дати вам будучність та надію» (Єр.29:11). Коли ти робиш Божу справу й знаєш, що за тобою стоїть Бог, це дає таке відчуття внутрішнього щастя, із яким ніщо у світі не зрівняється. Звісно, завжди є труднощі, виклики. Мені нічого в житті не давалося легко. Хоча за вершиною айсберга ніхто не бачив моєї внутрішньої боротьби.

Минуло вже 10 років відтоді, як я стала служити в медіасфері. І тепер можу сказати, що для Бога важливіше не наше служіння, а ми самі. Служіння — це вже наслідок наших стосунків із Богом. Я отримала багато уроків і дуже сподіваюся, що надалі зможу бути продуктивною в служінні. А цим свідченням просто хочу підбадьорити вас. Якщо не знаєте, яку дорогу в житті обрати, просто запитайте в Бога — і Він спрямує вас. Головне — ідіть за Ним. Так, дорога терниста й вузька. Але на ній ви бачитимете Божу славу!

**Єлизавета КОРНІЙЧУК**



# Періодичні видання часів становлення п'ятдесятницького руху в Україні

П'ятдесятницький рух у Західній Україні в 20-х роках минулого століття розпочався знизу й характеризується, особливо на перших порах, спонтанністю. Вогнища пробудження виникали в різних місцях незалежно одне від одного й розширювалися перш за все завдяки ревності нововірців. Далеко не завжди перші проповідники мали біблійну освіту, нерідко в них були лише початкові духовні знання, і зростали вони, як і їхні слухачі, через особисте вивчення Біблії. Тому була небезпека виникнення лжевчень, що в деяких місцях і сталося. Розуміючи це, перші благовісники, насамперед на Тернопільщині, утворили 1924 року Союз євангельських християн Святої П'ятдесятниці. Об'єднання перших громад не лише сприяло виробленню єдиного вівочення, але й згуртувало сили для проєктів, які були не під силу окремим церквам. П'ятдесятницькі громади волинського полісся об'єдналися лише 1929 року в Союз християн віри євангельської Польщі.

## Журнали довоєнної Польщі

Уже на першому установчому з'їзді в Старій Човниці був прийнятий статут Союзу, який роз'яснював порядок діяльності місцевих громад. Новоутворене об'єднання визначило одним із найважливіших своїх завдань духовну освіту. На тому ж з'їзді в Старій Човниці було прийнято ще одне мудре та далекоглядне рішення: активізувати ду-

ховну освіту служителів та членів церкви через літературу та періодику, зокрема через журнал «Примиритель». Значення цього рішення було величезним. Це видання разом із іншими мало дуже великий вплив на життя, служіння та вчення п'ятдесятницьких церков. Без пере-

церков Союзу ХВЕ Польщі, але й інших країн. Будь-хто міг стати дописувачем видання, надіславши повідомлення зі свого регіону про своє служіння чи своє свідчення. Це виховувало почуття єдності та причетності до всесвітнього п'ятдесятницького руху. По-третє, «Примиритель» займав чітку місіонерську позицію, заохочуючи та спонукаючи читачів до євангелізаційної, проповідницької діяльності. По-четверте, журнал виконував роль навчального посібника для тих, хто не мав можливості навчатися на біблійних курсах. Йдучи назустріч побажанням віруючих, Густав Шмідт, окрім біблійної школи, відкрив «Заочні біблійні курси» для всіх передплатників журналу «Примиритель».

На жаль, у журналі «Примиритель» дуже мало статей вітчизняних авторів. Це пояснюється як акцентом на усну традицію в середовищі ранніх слов'янських п'ятдесятників, так і низьким рівнем освіченості білоруського й українського населення в той час. Важливо відзначити, що на сторінках журналу практично не знайшла відображення соціальна, культурологічна й національна тематики. Цей факт пов'язаний із преміленіальними поглядами раннього п'ятдесятництва, акцентом на євангелізм в місіології та космополітичним мисленням лідерів руху.

Із 1 січня 1936 року Союз християн віри євангельської Польщі розпочав видання журналу українською мовою — «Євангельський голос». Часопис друкували в Кремен-



більшення, «Примиритель» сприяв формуванню віронавчальної та організаційної ідентичності Союзу ХВЕ в 30-ті роки ХХ століття. Перший номер вийшов уже в серпні 1929 року, останній — у серпні 1939 року, за декілька днів до вторгнення німецьких військ у Польщу. За цих 10 років вийшов 121 номер «Примирителя».

Журнал успішно виконував декілька важливих завдань. По-перше, у ньому друкувалися духовні матеріали богословського характеру, які роз'яснювали основні доктрини п'ятдесятницького вчення. По-друге, у журналі публікувалися новини, і не лише з життя місцевих

ці, у приватній друкарні. Редактором журналу був Михайло Вербицький, адміністратором — Григорій Федішин. Видання було щомісячне, до вересня 1939 року вийшло 44 номери.

На сторінках видання публікувалися свідчення, листи, вчення, інформація про життя місцевих церков. Містилися перекладені з «Примирителя» на українську мову статті Дональда Джі про духовні дари й духовні дії. На відміну від «Примирителя», у більшості випадків авторами публікацій були місцеві дописувачі.

Тематичний діапазон статей журналу можна було розбити на три групи. По-перше, це — інформативні матеріали (листи, події, зустрічі, вістки з Божої ниви, протоколи районних з'їздів церков ХВЕ). По-друге, духовно-повчальні тексти (вчення, статті, роздуми, проповіді, розповіді). До третьої групи належать молодіжна сторінка та численні поетичні твори. Окрім того, значна увага зверталася на питання національної самосвідомості, важливості української мови й культури, що відрізняє «Євангельський голос» від «Примирителя». Григорій Федішин навіть присвятив цій темі статтю «Національне християнство».

Із початком Другої світової війни видання журналу, як і діяльність Союзу ХВЕ Польщі, припинилося. Михайло Вербицький і Григорій Федішин були репресовані та загинули під час війни. Журнал чекала непроста, але цікава доля. «Євангельський голос» замовк на довгих 19 років. Лише 1958 року серед української діаспори в Аргентині, у Буенос-Айресі, стараннями кількох ентузіастів була зроблена спроба випустити щоквартально цей журнал. Проте через фінансові та технічні проблеми вийшло лише 7 номерів. Знову на стала довга перерва.

1967 року на засіданні Комітету п'ятдесятницької церкви м. Торонто на чолі з пастором Василем Давидюком було прийнято рішення видавати журнал «Євангельський голос». Редактором став Петро Шелестовський, який видав протягом 20 років 82 номери. Після смерті Шелестовського журнал став виданням Східно-Слов'янського Відділу Союзу П'ятдесятницьких церков Канади. До

червня 1993 року було видано ще 18 номерів, до 100 включно. Після здобуття Україною незалежності та утворення Союзу християн віри євангельської п'ятдесятників виникла думка повернути журнал в Україну. У вересні 1993 року оновлений «Євангельський голос» був надрукований в Україні, отримавши порядковий номер 101. Редакція згідно з домовленістю між українським та канадським Союзами про продовження довоєнних традицій розмістилася в Кременці. Редактором став В'ячеслав Каплун. Пізніше через непорозуміння головного редактора з керівництвом Союзу церков ХВЕ журнал став невідзвітним комітету й виходить донині як незалежне видання.

Із 1935 року в Кременці виходив ще один україномовний журнал — «християнсько-освітній місячник» (саме так було написано на титульній сторінці) «Будівничий Церкви Божої». Редактором його був Дем'ян Гарасевич. За кошт Івана Гериса, який проживав у США, і видавався часопис. Це було видання групи церков, опозиційних до Союзу ХВЕ Польщі, які називалися Церквою Божою. Після утворення 1925 року в Кременці Союзу євангельських християн Святої П'ятдесятниці та особливо після його злиття 1929-го з Всепольським Союзом ХВЕ на Тернопільщині окремі служителі утворили своє об'єднання, рупором якого й став «Будівничий Церкви Божої».

Тематично журнал був подібний до «Євангельського голосу». У ньому разом із духовними статтями, проповідями друкувалися художні твори, поезія, зокрема й світських авторів, таких як Леся Українка, Іван Франко, Ф. Шіллер, П. Куліш, О. Влизько та ін. До осені 1939 року вийшло 52 номери.

Періодичні видання християн віри євангельської Польщі мали надзвичайно великий вплив на духовне життя та життєдіяльність місцевих громад. Завдяки їм церкви отримали здорове біблійне вчення, відчували дух єдності, матеріали часописів давали поштовх для місіонерської праці. Духовна зрілість та міцний духовний фундамент допомогли церквам вистояти в часи війни та в умовах радянської атеїстичної ідеології. Протягом багатьох десятиліть вірую-

чі берегли та передавали з покоління в покоління підшивки довоєнних журналів.

### Журнал «Євангеліст»

Всеукраїнський Союз Християн Євангельської Віри, заснований в Одесі Іваном Воронаєвим, також мав свій друкований орган — журнал «Євангеліст». Попри коротку історію (1928 р.) він мав значний вплив на становлення п'ятдесятницького руху в колишньому Радянському Союзі, особливо в Україні.

Для церков ХЕВ, які перебували у стадії догматичного оформлення та створення цілісної конфесійної структури, єдиний інформаційний та навчальний центр був вкрай необхідний. Не отримавши від влади дозволу на відкриття біблійних курсів, Іван Воронаєв намагався заповнити цю прогалину виданням друкованого органу. Офіційна мета журналу «Євангеліст» полягала в «проповіді Євангелії Царства Божого в силі Духа Святого і об'єднання всіх вірних «в єдине», а також у боротьбі проти богословських та життєвих помилок; насаджувати між віруючими мир, радість та любов у Святому Дусі; вчити правді та істині; будити сплячих, втішати сумних, підбадьорювати боязких, підкріплювати слабких...» У загальному контексті розвитку п'ятдесятницького руху журнал мав сприяти самоідентифікації ХЕВ, демонстрації відмінних рис віровчення на тлі євангельського християнства та баптизму. Також «Євангеліст» мислився як своєрідна відповідь на посилення більшовицької атеїстичної пропаганди.

Журнал видавався російською з січня до серпня 1928 року. Всього було видано 8 номерів.

Тематична проблематика журналу охоплювала три основні напрями. Перший напрямок був віронавчальний, другий — духовно-практичний, а третій — інформативний, який розповідає про життя місцевих церков союзу. На сторінках журналу знайшлося місце для поезії.

Видання було закрито у вересні 1928 року через згорання релігійної свободи в СРСР. Невдовзі закрито Союз ХЕВ, як і інші представництва євангельського руху.





## Анатолій Козачок: «Відчути серце братства»

**— На одній із конференцій ви сказали, що першочергова ваша мета — відчути серце братства. Чи вдалося його відчути за період служіння старшим єпископом УЦХВЕ?**

— Я довго служив поряд із Михайлом Степановичем Паночком (якому, до речі, дуже вдячний за спільне служіння) як його перший заступник. Тому знаю братство, оскільки багато їздив, відвідував церкви. А коли сказав, що хочу відчути серце братства, то мав на увазі, що прагну зрозуміти різноманітність, яка є в братстві, побачити, що є бажання служити, бажання звіщати Євангелію, щобдесь, можливо, це бажання підсилити. Бо раніше я більше виконував менеджерські завдання. Наприклад, організували заходи до 100-річчя п'ятдесятиницького руху в Україні — це було чудове свято. У 2018 році ми святкували 1030 років хрещення і на Дніпрі мали потужне дійство — святе водне хрещення. Вирішував також різні юридичні, організаційні питання. А тепер я хочу відчути духовну сутність братства.

Я багато їздив. Мав десь 58 виїздів за рік по Україні. Зустрічався з братами, із обласними радами, і побачив, наскільки потужне наше братство, наскільки багато в ньому талановитих і посвячених людей. А як багато було зроблено в цей час війни: безліч людей було прийнято, поселено, нагодовано, виконується різноманітна душеопікунська праця. Я побачив, що це працююче братство, із яким можна робити багато великих справ.

**— Для вашої дружини Ольги цей період вашого служіння як старшого пресвітера, вочевидь, теж був не легким...**

— Я без пафосу, абсолютно щиро вдячний Господу за свою дружину. Вдячний Господу ще за те, що вона виростала в сім'ї служителя. Її батьки мали одну особливість — вони були дуже чутливі до горя та біди людей. Якщо бачили людину з потребою, то вважали своїм обов'язком допомогти їй. Батько просто горів бажанням послужити вдові, сироті, людині, яка пережила втрату. І Ольга виростала в

атмосфері такого служіння. А потім Господь її подарував мені — і вона дуже підтримує мене.

Якось ми з дружиною сиділи разом, розмовляли, і вона каже: «Знаєш, я записала, що протягом цього року ти пів року не був удома...» Утім, незважаючи на це, вона разом зі мною. І я дякую Господу, що завдяки її підтримці маю можливість служити, звіщати Євангелію, і вірю, що нагорода, яку Господь готує, — буде не лише для Анатолія. Вона для всіх, хто працює поряд, тим більше для дружини, яка взяла на себе ту частину праці, яку б я ніколи не зміг виконати.

**— Повернімося до теми вашого безпосереднього служіння. Знаю, що були розроблені рекомендації щодо присутності священнослужителів УЦХВЕ в соціальних мережах. Із чим це пов'язано, і чому саме тепер?**

— Це не щось нове — усі великі церкви та організації формують такі рекомендації. Ми їх обговорили на Комітеті два роки тому, потім

озвучили на конференції, щоб зрештою їх могли використовувати в служінні. Ми дуже хочемо, щоб наші служителі були присутні в соціальних мережах. Але щоб вони правильно репрезентували і себе, і церкву, і, звичайно, ті позиції, які вони хочуть висловити. Особисто для мене та й, власне, для нашого братства надзвичайно важливо берегти гідність людини. Бо кукіль і пшениця завжди ростуть поруч. Це як правда і фейки — вони завжди поруч, і деколи дуже важко їх розрізнити.

У цих рекомендаціях є критерії, на основі яких ми можемо розрізнити правду й неправду. Ми не повинні замовчувати проблеми, якщо вони є, і не повинні прикривати гріха, якщо він є. Але говорити варто, не зачіпаючи гідності церкви, не зачіпаючи гідності людини. Говорячи про проблему та чітко її висвітлюючи, потрібно шукати шляхів її вирішення. Це головна мета цих рекомендацій.

Раджу з цього приводу прочитати книгу колишнього очільника Міністерства закордонних справ Дмитра Кулеби. Вона називається «Війна за реальність». Проблема, піднята в ній, дуже актуальна, оскільки навіть тепер люди плутають нереальність із реальністю. Дуже багато людей, які сидять в інтернеті, сприймають те, що там відбувається, як щось справжнє. Ми живемо в непростий час, коли дуже легко людину звести від істини до чогось іншого.

Тому ми дуже хочемо, щоб наші служителі орієнтувалися у сфері інтернету. Звісно, тільки цих рекомендацій недостатньо — тут потрібно і навчання, і багато іншого. Але наші рекомендації — це типова практика в багатьох церквах, так само, як і політика відкритості, наприклад, як боротьба зі зловживаннями і т. ін.

**— Із яким найбільшим інформаційним викликом стикнулося наше братство останнім часом та які уроки отримало з цього всього?**

— Ну, напевно, якщо ми говоримо про церкву в цілому, то проти церкви в усі віки виступала частина суспільства. Особливо боролися з церквою ті, які хотіли будувати імперії чи авторитарні суспільства.

Тепер ми живемо в такий час, де кожен може стати журналістом і екс-

пертом. Дуже легко, узявши свій телефон і знявши те чи інше відео або зробивши той чи інший ролик, транслювати свої ідеї. Саме з негативним впливом цього ми й зіштовхнулися. Бо часто деякі матеріали завдають шкоди авторитету церкви. Ми це бачили під час адвокації України в Європі та Сполучених Штатах. Коли говорили про допомогу для України, то чули у відповідь цитати з певних інформаційних ресурсів, які перешкоджали нашій співпраці з тими чи іншими людьми та організаціями. І це подеколи навіть вибивало нас із колії.

Я вважаю, що наша присутність у соцмережах не повинна бути разом із куколем, із яким ми боремося, щоб не вирвати пшениці. Ми не повинні поступати так само, як і наші опоненти. Звісно, іноді хотілося б сказати щось, донести певну істину, але розуміємо, що ми — церква і будемо вести себе як церква.

Тому вчимося, створюємо більш потужну пресслужбу, яка буде аналізувати такі моменти. Будемо також вчити наших служителів, як реагувати на кризові ситуації, особливо коли є якісь інформаційні випадки проти нас. Звичайно, коли інформація стосується лише якихось моїх здібностей — нема питань, говоріть, що вам хочеться. Але якщо торкається моральних аспектів, то ми будемо один за одного заступатися, бо це важливо. Якщо не можете довести, що це правда, то не порушуйте проблеми, не зачіпайте гідності людини.

**— На всеукраїнській конференції 2024 року ви виголосили доповідь «Братство майбутнього», що стосувалася стратегії праці УЦХВЕ, і запропонували її учасникам як документ для опрацювання. Якими мають бути наступні кроки на рівні області або місцевої церкви?**

— Так, це правда. Ми підготували цю доповідь у вигляді документу, який називається «Місія. Бачення. Цінності». У ньому ми визначили стратегічні напрямки розвитку братства. Це біблійні напрямки, а не те, що ми щось самі собі придумали.

Я скажу, як цей документ народився. Майже 20 єпископів працювали над ним, а також керівники департаментів і компетентні в цій сфе-

рі пастори. Кожен працював, даючи відповіді на ті чи інші запитання, які були підготовлені стратегічним комітетом. А тоді, отримавши певні відповіді, ми сформулювали наше бачення. Тож це робота багатьох людей, це наша спільна робота.

Працюючи над стратегічними напрямками розвитку, ми прийшли до того, що найкраще нашу сутність як об'єднання церков окреслює біблійний текст: «Ви світло для світу». Відповідно до цього ми окреслили декілька стратегічних напрямків, у яких будемо розвиватися: це доктрина, душеопікунство, місія (зовнішня і внутрішня), ґрунтовна освіта й підготовка служителів.

Тут немає нічого такого, що ми придумали самі. Це все біблійні напрямки — те, що заповів нам Господь. Ми просто окреслили їх більш чітко для себе. І деякі обласні об'єднання вже взяли цей документ і стали опрацьовувати з пасторами в областях. Це має дійти до кожного пастора, а згодом і до кожного члена церкви. Вірю, що далі це все виллється в різні конференції, навчальні семінари, а згодом і в більш практичні кроки.

**— Розкрийте більш детально ті стратегічні напрямки, які ви окреслили.**

— Коли ми говоримо про доктрину, то це дуже важливо, бо доктрина — це здоров'я церкви. Коли говоримо про місію — то це виконання Божих заповідей. Напрямок душеопікунства важливий тим, що це те, чим ми служимо не тільки всередині, а й ззовні церкви. Тим більше, що тепер дуже багато людей потребують психологічної допомоги. Я нещодавно прочитав цікаву статистику. У тих, хто вперше відвідав церкву, запитали: «Що ви відчули, коли відвідали церкву?» 50% із них сказали, що отримали моральну допомогу, а 44% сказали, що отримали психологічну підтримку. Тобто людина, просто відвідавши церкву, вже відчуває певне душевне полегшення.

А в майбутньому, я думаю, відсотків 70 українського народу буде потребувати того, що ми називаємо душеопікунською подією (захід, де людина могла б відпочити духом і душею), або навіть більш глибокої

душеопікунської праці. Тому це головні напрямки нашої стратегії.

Ну і додаймо освіту, яка так само важлива, бо йдеться про питання підготовки служителів і підвищення освіченості наших служителів. Ми задумали навіть деяку реорганізацію, яка приведе до того, що в нас освіта буде мати тяглість — від початкової дитячої до вищої освіти. У ній ми будемо, крім духовних аспектів, торкатися й особистісних, зокрема стресостійкості людини, бо це вкрай потрібно в наших умовах.

Хочемо акцентувати також на місії кожної людини. Бо ж ніхто на цю землю не приходив просто так — у кожного є призначення, яке слід зрозуміти, щоб залишити на цій землі слід. Звичайно — у контексті добра, миру, спокою, правди і служіння.

Є проблема, із якою ми зіштовхнулися в цьому плані. Виявляється, є мало спеціалістів, які вміють підготувати практичні посібники, що відповідали б логіці загального процесу. Але все здолаємо.

Вірю, що так ми зможемо підготувати людей до подолання особистих викликів і для допомоги іншим людям.

#### **— Наскільки єдиними є церкви УЦХВЄ в питаннях доктрини?**

— У питаннях доктрини ми єдині. Усі доктрини, які має Українська Церква Християн Віри Євангельської, єдині для всього братства. У нас є невеликі відмінності в самій богослужбовій практиці, десь церкви відрізняються одна від одної, але в цілому ми говоримо про єдність у різноманітності.

Візьмімо, наприклад, Румунію, де п'ятдесятницький рух, напевно,

найпотужніший у Європі. Там дуже багато церков, які швидко зростають. І вони всі дуже різні. Тому я назвав би різноманітність однією з ознак п'ятдесятницького руху, але тут варто зауважити дуже важливий аспект: щоб у цій різноманітності не було крайнощів. Хтось буде сприймати емоцію як присутність Божу, а хтось буде шукати присутність Божу в традиціях. Саме тому, збираючись разом, ми говоримо про те, що в цій різноманітності нам треба мати єдність. Тому, якщо говорити про доктрини, то ми маємо єдність. А в богослужбовій практиці в нас є різноманітність. Ми ведемо певні дискусії між собою, щоб не сходити на обочину, а йти в центрі, щоби братство розвивалося без крайнощів.

#### **— Як зберігати єдність у різноманітті, маючи спільну доктрину? Або, іншими словами, як зберегти човен від розхитування?**

— Відповідь на це запитання, як на мене, криється у взаєминах зі Святим Духом. І, я знаю, так само розуміють багато служителів. Я чув різних проповідників. Одні проповідували досить спокійно, а інші проповідували емоційно, активно. І всіх їх слухали. Знаєте чому? Там була присутність Святого Духа.

А коли присутній Святий Дух (не якийсь там замітник), Він об'єднує. Коли ж люди виходять за межі дії Святого Духа, там починається багато проблем.

Нам потрібно всім повернутись до Євангелії, до здорових проповідей, що базуються на Слові Божому, а не на власних переживаннях. Мої переживання й досвід можуть слугувати лише підсиленням тієї ідеї, про яку я говорю, але головна ідея — зі Слова Божого. Так формується і здорова людина, і здорова церква, і здорове суспільство.

Тому для мене ці два аспекти дуже важливі — бути чутливим

до Духа Святого і мати здорове, розумне, збалансоване вчення, базоване на Слові Божому.

Звісно, я розумію, що сьогоденне суспільство особливо падке на емоцію — люди хочуть більше переживань. Але передусім нам треба основа, а переживання мають виходити з цієї основи. Для мене ця основа — взаємини зі Святим Духом і Слово Боже. Це буде об'єднувати завжди.

#### **— Що має зробити пастор місцевої церкви, щоб підняти рівень освіченості вірян стосовно доктрин?**

— Передусім — розпочати навчання. А для цього нам потрібно буде повернути одне забуте служіння, яке я дуже любив у дитинстві. Це служіння ми називали «розбір Слова». У деяких церквах воно збереглося, а в інших — перейшло у формат звичайного богослужіння. Тож ми мусимо повернутися до вивчення Слова Божого. Ми розробляємо річний план читання Біблії, щоб запропонувати людям для вивчення на цих служіннях. Можливо, вони будуть менш масові, але їх можна проводити і в декілька потоків. Механізми ще розробляються, але головна ідея — повернутися до вивчення Слова Божого.

Я зауважив цікаву деталь. На Рівненщині проводиться конкурс знавців Біблії. І люди, які відвідують церкву й нібито добре знають Слово Боже, цитують його не так точно, як ті, які нещодавно навернулися й самостійно вивчають Слово Боже. Тобто нам потрібно не тільки з проповідей брати інформацію. Нам потрібно повернутися до детального вивчення Слова Божого, коли ми читаємо певний текст, роздумуємо над ним і робимо висновки з допомогою людини, яка проводить це вивчення. Для когось це може виглядати дещо нудно, але ми добре знаємо: щоби бути здоровим фізично, треба дбати про своє тіло, робити фізичні вправи, які іноді здаються нудними. Так само і в роботі з нашим духом такі регулярні вправлення з вивчення Біблії дуже важливі. Тож це один із тих напрямків, який ми плануємо відновлювати й розвивати в наших церквах.

*Розмовляв Віталій Стебенев*



## РЕКОМЕНДАЦІЇ

### щодо присутності священнослужителів УЦХВЕ в соціальних мережах

Соціальні медіа вже стали веселим і корисним способом поділитися своїм життям і думками з родиною, друзями та співробітниками по всьому світу. Однак використання соціальних мереж накладає на нас певну відповідальність і сповне не певних репутаційних ризиків, якщо їх необережно чи некомпетентно використовувати.

Щоб допомогти нам ефективно та безпечно використовувати соціальні медіа, були створені ці рекомендації. Вони стосуються священнослужителів УЦХВЕ.

— У світі електронних комунікацій, кількість яких швидко зростає, соціальні медіа займають чільне місце. Доступним є розміщення інформації будь-якого змісту на різноманітних інтернет-майданчиках: у власному або чужому веб-журналі, блозі, відеохостингу, на особистому веб-сайті, акаунті в тій або іншій соцмережі, на веб-сайтах спільнот, вебдошках оголошень, у чат-кімнатах або інших видах електронного зв'язку, пов'язаних чи не пов'язаних із УЦХВЕ.

Тому до вашої діяльності в інтернеті застосовуються ті ж самі принципи та вказівки, якими керуєтеся в міжособистісному спілкуванні, базуючись на Слові Божому та погоджених нормах богослужбової практики.

Будь-яка ваша поведінка та заяви, які негативно впливають на ваше служіння, продуктивність колег або в інший спосіб чинять негативний вплив на вірян та осіб, які контактують із церквами УЦХВЕ, — усе це може призвести до дисциплінарного стягнення аж до позбавлення сану та вилучення з церкви. Публікації, що містять дискримінаційні зауваження, зневагу, цькування, переслідування та погрози насильством або інша неналежна чи незаконна поведінка недопустимі.

Пам'ятайте, що ви повністю відповідальні за те, що розмістили в інтернеті!

— Завжди будьте справедливими та ввічливими з колегами, послідовни-

ками, прихильниками та партнерами. Майте на увазі, що ви, швидше за все, зможете вирішити питання пов'язані з незадоволенням / скаргами, спілкуючись напругу зі своїми колегами або скориставшись нашою «політикою відкритих дверей», аніж через розміщення скарг у соцмережах.

Проте, якщо ви вирішите все-таки опублікувати скарги чи критику, уникайте використання заяв, фотографій, відео чи аудіо, що можна логічно розглядати як зловмисний, непристойний, загрозливий контент чи цькування послідовників, прихильників, колег чи партнерів, або це може становити переслідування чи залякування.

Прикладами такої поведінки можуть бути образливі пости, спрямовані на навмисне заподіяння шкоди репутації, чи пости / відео, які можуть сприяти створенню ворожого робочого середовища на основі будь-якого статусу, захищеного чинним законодавством або іншими нормами.

— Переконайтеся, що ви завжди чесні й точні, коли публікуєте інформацію чи новини, а також якщо ви зробили помилку, то швидко виправте опубліковане. Будьте відкритими щодо будь-яких попередніх публікацій, які ви змінювали.

— Пам'ятайте, що інтернет архівує майже все, тому навіть видалені публікації можна знайти. Ніколи не публікуйте інформацію чи чутки, які, як ви знаєте, є неправдивими щодо УЦХВЕ, обласного об'єднання, церковної громади, колег, прихильників, партнерів чи людей, які працюють від імені УЦХВЕ.

— Публікуйте лише відповідний і шанобливий контент. Зберігайте конфіденційність приватної інформації. Не публікуйте внутрішні звіти, документи з грифами «ДСК», інші внутрішні конфіденційні комунікації, пов'язані з життям церкви / департаментів / об'єднання.

— Висловлюйте лише особисту думку. Ніколи не представляйте себе як особу, уповноважену говорити від

імені УЦХВЕ / обласного об'єднання / церкви, якщо ви не є керівником та якщо вам не доручено. Коли ви публікуєте блог / відео / подкаст у інтернеті, пов'язані зі служінням, яке виконуєте, чи темами, пов'язаними з УЦХВЕ, дайте зрозуміти, що ви виступаєте не від імені УЦХВЕ. Найкраще використати застереження, наприклад: «Публікації на цьому сайті є особистими й не обов'язково відображають погляди УЦХВЕ».

— Те, що ви публікуєте в інтернеті, може мати наслідки, включно з дисциплінарними діями за поведінку, яка вважається в громадах УЦХВЕ неприйнятною або порушує будь-яку з рекомендацій, правил чи заборон, прийнятих відповідними повноважними органами. Якщо ви збираєтеся щось опублікувати й вас хвилює, чи притримуетесь ви цих інструкцій або норм богослужбової практики, будь ласка, обговоріть це зі своїм керівником або відповідними фахівцями перед публікуванням.

— Двічі подумайте, перш ніж публікувати: у світі соцмереж конфіденційності немає. Розгляньте, що може статися, якщо допис стане широко відомим, і як це може вплинути на обох: того, хто розмістив інформацію, та на Церкву. Пошукові системи можуть віднайти пости через роки після їх створення, і коментарі можна пересилати або копіювати. Якщо ви не готові сказати це на конференції чи до представника ЗМІ, подумайте, чи варто публікувати це в інтернеті. Якщо ви не впевнені, чи публікувати щось або відповідати на коментар, попросіть поради у свого керівника чи прес-служби.

— Співробітники не повинні говорити зі ЗМІ від імені УЦХВЕ / обласного об'єднання / департаменту / церкви без попереднього обговорення зі своїм керівником. Усі запити ЗМІ повинні бути спрямовані до першої особи, і лише за її дорученням хтось інший може дати коментар / пояснення / спростування.

*Прийнято Комітетом УЦХВЕ  
30 квітня 2024 року*

## Дух дає нам сили для поширення Євангелії

Одного разу, коли ми разом із одним новонаверненим християнином вивчали Біблію, до нас приєдналася його шкільна подруга. Святий Дух спонукав мене завести розмову про болісні труднощі, якими було затьмарене її життя, і приблизно півгодини я відчував, як Він могутнім потоком наповнює мою свідомість вісткою про Божу любов до неї та словами вітихи щодо її минулого. Зрештою вона стала плакати та віддала своє життя Христу, визнавши, що Бог розкрив таємниці її серця. До того часу я ніколи не зустрічав її і нічого про неї не знав, але Бог завжди все знає.

Зазвичай моє свідчення відбувається більш «природними» шляхами. Але навіть за таких обставин я часто відчуваю, як Дух спонукає мене щось сказати людині або просто вислухати її. Час від часу в розмовах із людьми я торкався питання особистих стосунків із Богом, і вони запитували мене, чи дійсно хтось може бути достатньо близьким із Ним, аби пізнати Його. Іноді в такі моменти я просто зазначав, що це підтверджується Писанням, але деколи вважав за доречно запитати Бога вголос, чи є в Нього якась вістка для цих людей. У таких випадках Він зазвичай відгукувався, і мої співрозмовники отримували змогу шанобливо розмірковувати над Його посланням (останнє часто поясню-

вало, чому Він обрав саме цей час у їхньому житті, аби повернути їхню увагу до Євангелії). Із іншого боку, я можу згадати декілька випадків, коли, керуючись власними уявленнями про дієве свідчення, я зазнавав нищівної поразки в спробах донести євангельську істину до серця людини.

Під час свідчення ми потребуємо керівництва Святого Духа. Однак багато хто з нас не усвідомлює, наскільки доступним є це керівництво! Зверніть увагу на приклад, який я наводжу в одній зі своїх статей. Уявіть, що ви вночі приїхали до міста, у якому, здається, не працюють ні світлофори, ні телевізори, ні навіть звичайні електронні будильники. А потім ви дізнаєтеся, що місто має майже безмежні ресурси енергоживлення, проте нікому з його мешканців не спадає на думку увімкнути бодай один зі своїх електроприладів. Хіба б ви не вирішили, що мешканці цього міста не сповна розуму? Однак Церква надто часто схожа на це місто. Бог дав нам силу Свого Духа, щоб виконувати Його місію у світі, проте мало хто з християн хоч би розпочав покладатися на Його силу.

### **Знамення в сьогоднішній євангельській роботі**

Дух Божий дає нам сміливість свідчити про Христа, а іноді може

спрямовувати наші зусилля дійсно дивовижним чином. Наприклад, якось під час роботи над своєю дисертацією я повертався додому з магазину, коли раптом відчув спонукання Духа наздогнати молодого чоловіка, який ішов переді мною, та звернутися до нього за іменем «Метт». Я ніколи раніше не зустрічав Метта, адже, як згодом виявилося, він переїхав до нашого міста лише декілька днів тому. Насправді мені було трохи боязко, проте коли я його наздогнав, то з'ясувалося, що його дійсно звали Метт. Звісно ж, рештою нашої розмови керував Дух.

Я досить часто відчував, як Дух спонукає мене свідчити певній людині, але зазвичай Він не називає мені її імені. Однак у мене є друзі, які привели багатьох людей до Христа, під впливом Духа розповідаючи їм про деякі обставини їхнього життя, як робив Ісус у розмові з Нафанаїлом або самарянкою. Це траплялося й зі мною, хоча й не надто часто.

Дух Божий може спрямовувати наше свідчення в різний спосіб: чи то просто підбадьорюючи нас, чи то даючи нам мудрість, аби ми могли якнайкраще донести євангельську вістку до конкретної людини. Саме в цьому полягає один із головних акцентів розповіді про П'ятдесятницю: ми повинні свідчи-

ти про Христа й покладатися на Божу силу, аби свідчення наше було по-справжньому дієвим.

У Книзі Дій згадуються й інші ознаки наповнення Церкви пророкою силою, такі як видіння та сни (див. Дії 2:17). Хоча в апостольські часи Бог часто використовував їх, аби спрямовувати та прискорювати поширення Євангелії (див. Дії 9:10,12; 10:3,17,19; 11:5; 16:9-10; 18:9; пор. 27:23), Лука нічого не говорить про те, що бачити їх має кожен віруючий. У книзі також виокремлюються чудотворні служіння, які звершувалися руками перших апостолів (див. Дії 5:12), пізніше покликаних апостолів (див. Дії 14:3) та інших сповнених Духом свідків Ісуса (див. Дії 6:8). Упродовж усієї книги знамення та чудеса лишаються ледве не основним засобом привертання уваги людей до Євангелії (напр., див. Дії 2:5-41,43; 3:11-4:4; 4:29-31; 5:10-11,12-16; 6:3,5,8-10; 8:6-7,13,39-40; 9:34-35,40-42; 13:9-12; 14:3,9-10; 15:12; 16:25-34; 19:11-20; 28:5-6,8-10), хоча добре освічені християни нерідко брали участь у громадських слуханнях та обговореннях (див. Дії 6:10; 17:2-3; 18:28; 19:8-10), а вістка Ісуса успішно поширювалася і через особисті свідчення окремих християн (див. Дії 8:4).

Усі віруючі можуть відчувати керівництво Божого Духа під час свого свідчення, однак це не завжди стосується вражаючих зцілень, про які часто розповідається в Діях. Хоча описані Лукою випадки зцілення були пов'язані не лише зі служінням апостолів (див. Дії 6:8; 8:13; 9:12), як дехто стверджує, це не означає, що подібні прояви стануть частиною досвіду всіх віруючих. Це також не означає, ніби ми можемо якось гарантувати, що Бог певним чином обдарує когось зі Своїх слуг (див. Дії 8:18-23), хоча багато хто з нас вважає, що Бог охоче наділяє певними дарами тих, хто щиро просить їх у Нього (пор. 1Кор.12:31).

Однак, хоча не всі віруючі будуть залучені в ті служіння, які супроводжуються описаними в Біблії приголомшливими чудесами, нам все ж таки потрібні люди, які звершуватимуть ці служіння сьогодні. Крім того, всі ми можемо вчитися на біблійних

прикладках віри, пов'язаних із такими чудесами, навіть якщо наш власний духовний досвід значно скромніший.

Уже на початку свого християнського життя я став помічати, що Бог доволі часто зцілює людей. Уже тоді мої зусилля на ниві Євангелії були досить плідними. Я увірував, навчаючись у старших класах, і перед тим, як вирушив до коледжу, наполегливо молився, мабуть, за півсотні людей, аби вони прийняли Христа. Під час літніх канікул я поєднував вивчення Писання, свідчення та виконання різних ремонтних робіт у квартирах і будинках людей. Одного разу, досліджуючи Книгу Дій, я виявив, що на її сторінках найпоширенішим (хоча й не винятковим) методом привертання уваги до Євангелії є знамення та чудеса. Я став молитися, щоби Бог допоміг мені подолати суворий раціоналізм мого атеїстичного минулого та зміцнив мою віру в те, що Він готовий у такий спосіб підтвердити силу та чинність Своєї Євангелії.

Із першою людиною, за яку я молився, не сталося нічого незвичайного, проте я усвідомлював, що Бог не обіцяв робити це щоразу. А тому, спілкуючись якось із однією літньою жінкою, яка поскаржилася мені, що лікарі нічого не змогли вдіяти з її хворим коліном, я попросив у неї дозволу помолитися за неї. Через декілька днів вона повернулася, оголосивши, що після моєї молитви стан її коліна значно покращився. Після цього вона запитала, чи буду я молитися за її легені. «Я кашляю кров'ю, і мій лікар вважає, що в мене рак легень», — бідкалася вона. Я не очікував настільки стрімкого розвитку подій, однак під час обідньої перерви пішов до неї. Почав із того, що пояснив: незалежно від того, відповідь Бог на мою молитву за її зцілення чи ні, вона колись помре, а тому повинна бути готова до зустрічі з Ісусом. Після того, як вона помолилася зі мною, щоби підкорити своє життя Христу, я помолився за її зцілення. Вона відразу припинила кашляти кров'ю, і згодом лікар підтвердив її повне одужання. Відтоді вона прожила ще близько п'ятнадцяти років.

Піднесення молитов віри за лю-

дей на роботі виглядало не таким вражаючим, як у розповідях із Дій, однак я сподівався, що це був лише початок руху в правильному напрямку. Коли люди бачать, що Бог дбає про них у відчайдушних обставинах, то часто стають більш готовими звертати увагу на те, що Він іще хоче зробити в їхньому житті.

### Підсумок

Якщо ми бажаємо поширювати Євангелію в сучасному світі, то нам не слід навіть наважуватися робити це власними силами. Як свого часу зауважив Доусон Тротман, у ранньої Церкви не було всіх тих засобів, які ми сьогодні вважаємо необхідними для виконання цієї роботи: їм бракувало християнської літератури, засобів масової інформації, швидкого транспорту, а також «срібла та золота», як самі вони наголошували. Але оскільки вони усвідомлювали свою цілковиту залежність від сили Божої, їм вдалося перевернути тогочасний світ із ніг на голову. Бог не закликає і не готує всіх нас до однакового свідчення. Навіть у Книзі Дій різні служителі були наділені різними дарами: Аполлос міг переконливо дискутувати (див. Дії 18:28), Петро чинив знамення та чудеса (див. Дії 5:15-16), інші християни — напевно, таких була більшість, хоча у Діях на них увага й не зосереджується — розповсюджували добру вістку про Христа скрізь, де тільки опинялися (див. Дії 8:4). Але кожен із нас покликаний свідчити. І якщо ми навчимося покладатися на Духа Божого, Він нас не підведе.

### Уривки з книги «Дар Духа» Крейга Кінера



# Коли кінець? Або Чому, Боже, ти мовчиш?

Проходячи через складні моменти в житті, усі ми з великою спрагою прислухаємося до інформації, яка звучить довкола нас. Ми ловимо слова аналітиків: «Коли ж то кінець? Хто нам скаже?» І ось черговий аналітик, чергова надія — і чергове розчарування.

Ну що ж, тоді має бути інше джерело — відкриття, пророцтво. І воно, на жаль, буває теж не до кінця ясным, якимось більш загальним. І ми не отримуємо того, що шукаємо, щоб задовольнити свою душу та отримати відповідь на наше важке запитання: «Коли вже? Боже, ну от коли кінець цьому?»

І так ми живемо: із голодом, спрагою, у погоні за знанням, за інформацією, яка зцілить нашу душу й спасе. Дайте нам дату — і все вирішиться в моєму житті. А дата прихована. А те знання, якого ми хотіли, приховане — навіть на рівні відкриття чомусь Бог приховує його.

Із чимось таким стикнулися Ісусові учні: «Вийшов Ісус і від храму пішов... «Чи бачите ви все оце? Поправді кажу вам: Не залишиться тут навіть камінь на камені, який не зруйнується!» Коли ж Він сидів на Оливній горі, підійшли Його учні до

Нього самотньо й спитали: «Скажи нам, коли станеться це? І яка буде ознака приходу Твого й кінця віку?»

І що — Ісус дістає календарик і їм зразу показує дату, щоб вони її відмітили у своїх? Звісно, що ні. Спершу вони подумали, що, може, Він публічно не відкрив цього, але на самоті скаже їм — у них же чудові стосунки... І от Ісус починає відповідати. Він говорить про ознаки: про лжепророків, про війни, голод, землетруси. «Але це й не кінець». Тоді каже: «Євангелія буде проповідана по всьому світу — і тоді кінець».

Ну, нарешті... Але коли це? Хто зафіксує цю дату? Хто визначить, що Євангелія вже проповідана скрізь? Знову ж таки це доволі широко й абстрактно. На Божих годинниках це буде чітко зафіксовано, але нам недоступний цей годинник.

Утім Ісус продовжує далі... І завершує знаєте чим? «А про день той й годину не знає ніхто, тільки Отець мій. Але ви пильнуйте...» Тобто Христос не задовольнив інтересу учнів. Не нагодував їх інформацією. Тож і тепер, як ми запитаємо, коли кінець, доки ще терпіти, Ісус не відповість, бо так Він виховував і виховує в нас довіру та здатність вірити.

Бо гарантія їхньої довіри — не інформація, не знання, а Він Сам.

## Бог мовчить, щоб ми шукали Його

Ми іноді можемо говорити про мовчання Бога. Але Його мовчання не було байдужістю, воно щось робило в їхньому житті, як робить і в нашому. Його мовчання — це не неприсутність, це не свідчення, що Його нема поруч. Він тут і дещо робить у нас — Він працює над нами. Тому перша думка: Бог мовчить, щоб ми шукали Його, а не інформації.

Ми очікуємо чітких аналітичних даних, пророцтв, ясності, щоб нарешті добре жити й запланувати своє життя з Богом. Але Він учить нас жити з Ним, коли немає ось тих точок опори. Коли людські точки опори руйнуються, коли те, на що ми опиралися, як та колючка, що увійшла в руку й завдає нам болю.

Нині дуже багато болю. І особливо сильний він тоді, коли людина втрачає внутрішню опору. Тоді вона стає розбитою та слабкою.

Зверніть увагу на розмову Ісуса з учнями вже перед Його вознесінням (див. Дії 1:7). Вони знову ж за своє: «Чи не в цей час царство



відновиш?» — «То не ваша справа знати час та добу, ви йдіть у Єрусалим...» Іншими словами: продивуйте жити з цим питанням, із цим незнанням, із неабсолютною відповіддю. Тож так зване «мовчання» Бога — це не Його відсутність, а це Його школа довіри. Як нам сьогодні з Богом жити, служити, коли здається, що Бог мовчить? Утім, у цій тиші, у цій відсутності інформації дозріває віра. Неотримана інформація, неусвідомлені знання спасуть душу нашу.

Уявіть: ви спілкуєтеся з людиною, яка прийшла до вас із одним запитанням. І під час спілкування ви бачите, що її серце не з вами. Вона просто відключена, бо жде, коли ви дасте їй відповідь на її запитання. І вона не почує нічого більше. Вона пропускає слова, пропускає стосунки, пропускає щось добре, бо бачить лише себе. Схожими буваємо й ми перед Богом. Ми чекаємо від Нього тільки одного. А Він торкається серця, хоче щось нам донести. Але я настільки зациклений, що мені байдуже до цього, бо мене турбує моє «ну коли вже». А Він хоче моїм серцем насолодитися, хоче бути зі Мною.

І ось тут таємниця, тут секрет не в «коли», а у «хто». Не знання тебе зробить вільним, а істина. Не просто інформація, а довіра Богові. Ми хочемо заспокоїтися в інформації. «Знайдіть нам пророка, гургу, того аналітика. Покажіть того політика, що скаже правду, усе вирішить, дасть те, що ми очікуємо». Але справжній мир приходить не від того, що ми знаємо, а від того, Кого ми знаємо. Ми як діти, які не знають всього. Але Батько знає. І ти просто тримаєшся за Нього, йдеш за Ним через важкі часи.

### **Від контролю — до довіри Богові**

Нам важко контролювати те, чого ми не знаємо, що не в нашій владі. Якщо дати нам тільки дату, точку опори, ми вже будемо світ «перевертати». Але відсутність цієї опори вчить нас переходити від контролю до довіри Богові. Іноді це важкий болючий духовний процес. Але ми знаємо, що праведний житиме ві-

рою. І це не банальність. Це не просто якийсь християнський лозунг, який ми кидаємо в повітря. Це те, що дасть нам сили пройти крізь усе — і жити. Якщо ми знаємо дату — ми контролюємо. Якщо не знаємо — довіряємо. І в нашому житті будуть ситуації, коли ми мусимо вже не контролювати, а довіряти. Тому Бог дозволяє нам втрачати людські опори.

Згадайте Йосипа. Бог дав йому відкриття, але він пройшов через очищення, коли розчарувався в людях, у братах, у тому, хто пообіцяв замовити за нього слово перед фараоном. Він все чекає — а його зраджують. Він не втрачає віри в людей, але з часом розуміє: усі кинули, усі підвели. І Бог, здається, мовчить. І саме це є біблійною основою для богошукання. Це заклик пливати на глибину. А ми іноді на це відповідаємо: «Ні, я буду на березі плавати. Я суперплавець на березі».

Я знаю, як це важко пливати, коли ноги відриваються від дна й ти не відчуваєш опори. Колись, у дитинстві, я плавав так: на міліні іду собі на колінах і гребу. І збоку виглядало, ніби я пливу, і люди думали, що я вмю плавати, а я собі на колінах іду. Отакими «ходоками» буваємо й ми, коли вода доходить до душі. Та не бійся, що ноги не торкаються землі. На березі плавати не навчишся. Але поруч є Господь — наш наріжний камінь. І з Ним ти зможеш це зробити.

### **Бог мовчить, щоб навчити нас терпінню й витривалості**

Іноді треба більше часу, щоб зміцнитися. Є певні умови для цього. Щось плавиться під тиском, а щось гартується. Бог мовчить, щоб навчити нас терпінню, витривалості.

У книзі Єремії, 29:10, Бог говорить Ізраїлю, який перебуває в полоні у Вавилоні: «Через 70 років я відвідаю вас». Через скільки? Я собі подумав якось: «Господи, а можна раніше?» Але Бог говорить: «Ну, це Мій план, усе під контролем. Ти не думай, що в руках Моїх немає керма управління». Насправді, усе в Божих руках і під Його контролем, хоча нам буває це важко зрозуміти.

Коли молилися люди, які були в полоні, то що вони говорили? Можливо: «Ще довго, Господи? Уже минуло два тижні, три місяці пройшло. Ще довго?» Я не кажу, що нам доведеться чекати стільки ж. Але я хочу вивести загальний принцип: люди чекали й чекали доволі довго, але Бог сказав їм: «Я маю певний план і певні цілі».

Бог не відкриває всього, але показує Свій контроль, Свій план, щоб виховати в нас терпіння, щоб навчити нас довіряти Його контролю над історією. Випробування — це не покарання, а тренування віри. І важкі часи насправді нас загартовують, перевіряють.

### **Бог приховує інформацію для нашого блага**

Коли розпочалася війна, мені потрапила в руки стаття із західною аналітикою про сценарії війни. Я пам'ятаю перший сценарій, у якому йшлося про два тижні, у наступних — уже йшлося про місяці. І тоді я вирішив: «Усе — далі я навіть не читатиму!» Але якщо б мені тоді Господь сказав: «Це буде майже чотири роки», то не знаю, як би я зреагував на таке. Напевно, не сіяв би й не жав би. Воно зруйнувало б мене. Тому мені здається, що Бог де-що притримує від нас, щоб ми не зневірилися.

Уявіть, що було б, якби перед виходом із Єгипту Бог сказав народу, що 400 років провів у рабстві: «А тепер я вам розкажу, що вас чекає в найближчі 40 років. Вас буде фараон доганяти, вас будуть переслідувати, убивати, ви будете голодувати, спрагу мати. І зрештою... ніхто з вас не ввійде в Ханаан». Були б тоді очі виходити? Чи пішли б вони з ентузіазмом та вірою?

Тому Бог утримав певне знання від них, щоб вони не злякалися. А ще написано, що Він їх відразу ж на війну не повів, а в обхід ворогів, тому що вони були ще не готові воювати. Так, був коротший шлях, але чи змогли б вони його подолати. Тому Бог не відкриває всього, щоб захистити нас від страху та передчасного розчарування. І довіра до Його керівництва в ці моменти більш важлива, ніж знання.

### Бог виховує в нас довіру

Іноді ми «провокуємо» Бога на швидке рішення, але Він виховує в нас віру. Ми очікуємо, ми вимагаємо, ми насправді провокуємо, бо хочемо того чи іншого. «Зроби швидше!»

Ми іноді як ті люди біля Голгофи, які кричали: «Зійди з хреста, спаси себе і нас — і ми повіримо». Так і тепер, під час війни, дехто говорить, ніби провокуючи: «Де Бог? Хай зійде, хай зробить — і ми повіримо». Так ми ніби спонукаємо Бога на швидкі рішення й дії — відкрий, закінчи. Але Він не діє під тиском, Він все одно має Свій план. Він працює над світом, працює над нами.

Згадаймо Саула, якому було важко дочекатися пророка, щоби приніс жертву. І нам теж нині важко дочекатися. Так хочеться зірватися з місця, негайно отримати те знання — будь-яким шляхом. Хочеться змінити ситуацію, свої обставини по-своєму. Але Саул втратив царство своїми непослухом і поспішністю.

Звісно, чекати — це непросто, але це на щось вказує в нас. Саул не витерпів затримки. Він хотів прискорити Бога. Його поспіх був спробою контролювати ситуацію. Утім, це вказує на ліміт, на зону покриття моєї віри. Це термін придатності моєї віри. У когось — 7 днів, як у Саула, у когось — три з половиною роки... А потім ти розумієш: треба спасати ситуацію, брати її у свої руки. Саул узяв — і втратив усе. Тому що поспіх руйнує благословення. Бо поспіх — це часто замаскований страх.

Нетерплячість — це показник того, що ми чогось боїмося й хочемо позбутися, моментально вирішити проблему. І коли ми діємо без Бога, то втрачаємо більше, ніж тоді, коли чекаємо на Бога. Іноді здається, що чекати Бога — це просто втратити час. Щось треба робити. Один чоловік любив казати: «Хоч що-небудь, але робить». І справді, є такі ситуації, коли слід діяти, але є й такі, коли треба нічого не робити, а чекати.

Дуже яскрава ілюстрація до цього — історія Лазаря. Нам іноді так хочеться «підігнати» Бога, прискорити Його. «Боже, невже ти не бачиш? Це треба зараз, не через місяць — уже!» Та ми читаємо: коли захворів Лазар і Ісусу повідоми-

ли про це, то Він пробув ще два дні там, де перебував (див. Ів.11:6). Тут щось не клеїться. Той, кого Ти любиш, хворіє. І Ти знаєш про це, але не поспішаєш, нічого не робиш. І далі написано, що сестра Лазаря каже: «Якби Ти був тут, то не вмер би брат мій...»

Утім, Бог діє у Свій час, щоб виявити Свій сенс. Щоб Свою роботу зробити так, як Він запланував, бо її не можна зробити по-іншому. І Божа затримка в згаданій ситуації — це не байдужість, бо Ісус любив Марту й Лазаря.

Я вважаю, що і нині Бог, Який любить нас, щось робить у цьому світі. Він працює над народами глобально. Він працює над нашою країною. Він працює над Церквою. Він працює над кожним із нас персонально. І Він має власну стратегію, за допомогою якої досягає своїх цілей, хоча вона здається нам дивною й неприємною.

Та справжня віра вміє чекати й дочекатися перемоги, бо Божа затримка ніколи не означає поразки.

### Не став життя на паузу

Ісус сказав учням: «Не ваше діло знати...» Нам так хочеться мати інформацію, так хочеться знати. Нас цікавить, що буде з цим світом — усе по датах, можна й з календариками, щоб закреслювати дні, коли війна, коли скорбота, коли антихрист... Але Ісус каже, що це не наша справа. Нам треба йти туди, куди посилає Бог, і робити те, до чого Він нас призначив. А для цього важливо не ставити на паузу свого життя в час невідомості й «мовчання» Бога.

Часто тоді, коли Бог не дає чітких відповідей чи детального розуміння ситуації, ми можемо зависати й готові зупинитися в усьому. Обставини можуть змушувати нас пропускати сезони Божі. Вони будуть на нас тиснути. Ми будемо думати: не час сіяти, не час жати... Але тоді й не буде плодів у житті, у сім'ї, у служінні.

Оглядаючись, я дякую Богові, що не піддався отому настрою, який спонукав мене поставити все на паузу. Так, можливо, на якийсь час ми можемо це зробити й деколи робимо. Але не варто все: життя, служіння, поклоніння, рух, працю — абсолютно все ставити на паузу.

У Книзі Огія читаємо, що люди вирішили, що «не прийшов тепер час дому Господнього, щоб бути збудованим!» Але Господь говорить: «Ідіть і носіть дерева...» Тобто по-людськи — це було не на часі. Але якщо ти зупинишся, то пропустиш Божі можливості, Божий час. Нам здається, що й Бог став на паузу в ці роки, чи не так? Але Він продовжує творити й виконувати те, що запланував.

Пригадуєте, що робив Гедеон у складних обставинах, живучи під тиском мадіанитян? Він зібрав пшеницю, деь заховався й молотив її. Тобто він робив те, що важливо для життя, для сім'ї, для служіння. І він робив це навіть і під тиском.

У Книзі Екклезіяста, 11:4, написано: «Хто вважає на вітер, не буде той сіяти, а хто споглядає на хмари, не буде той жати». Тобто в житті завжди будуть складні ситуації. Ось ти вийшов сіяти в життя, у служіння. А тут піднявся вітер — вітер обставин, який тебе постійно відволікає від сіяння. І якщо ти не зможеш посяяти, то не буде чого й жати. А якщо ти вже посяв, то знай, що маєш і зібрати врожай попри дощ і хмари. Завжди буде щось, що перешкоджатиме нашому врожаю чи результату. Тому часто нам треба йти всупереч обставинам, якщо до цього нас веде Бог і ми йдемо з Ним.

Бог не завжди дає нам знання про часи та пори, але закликає нас діяти правильно кожної миті. Ми не маємо чекати ідеальних умов. Нам треба йти й робити свою справу.

Учні хотіли знати — коли. Але Ісус їм відповідає на питання «Хто?», кажучи: «Ви приймете силу, як Дух Святий злине на вас». Тобто наша сила й наше спасіння не в інформації, а в Особі, із Якою ми маємо будувати тісні стосунки.

Бог не завжди відповідає, не завжди дає відповідь явно, але Він сам Відповідь. Мовчання, затримка чи тиша — це не відсутність Бога. Це Його школа. Він не покинув тебе й мене. Божа затримка щось готує в нашому житті. Бог не тому мовчить, щоб щось від нас приховати, а щоб щось зробити, виховати наше серце й навчити його не контролювати, передавши контроль у Його руки.



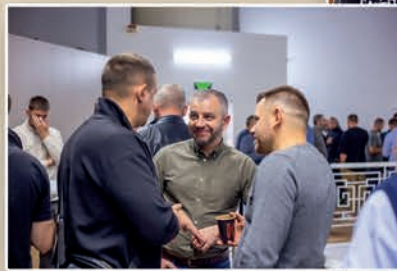
26 жовтня в с. Абазівка, що поблизу Полтави, відбулося відкриття новозбудованого дому молитви церкви «Свята Трійця».



7-8 жовтня в Києві відбувся Капеланський форум за ініціативи РЕПЦУ, який зібрав понад 400 служителів.



25-27 вересня на території табору «Єдність», що поблизу м. Ковель, відбувся ретрит для ветеранів та їхніх сімей.



7-8 листопада у Клівленді (США) відбувся Саміт п'ятдесятницьких церков, у якому взяли участь представники США, Канади та України.

18 жовтня на Київщині провели обласну чоловічу конференцію під гаслом «Стояти твердо».



12 жовтня у Хмельницькому святкували Міжконфесійний день подяки, який об'єднав духовенство, владу та мешканців міста.



30 вересня в Полянці Закарпатської області відбулася зустріч старших служителів п'ятдесятницьких церков України та Норвегії.

19 жовтня відзначила своє 100-річчя церква християн віри євангельської с. Чудель Рівнянської області.



3-7 листопада 2025 року у Львові відбулася зустріч Генеральної асамблеї МСТА, яка об'єднала представників з України, Європи та США.



15-16 жовтня на Київщині пройшла стратегічна конференція УЦХВЕ «Розвиток душеопікування та пасторського піклування».

*Для всього свій час,*

*і година своя кожній справі під небом:*

*час родитись і час померати,*

*час садити і час виривати посаджене,*

*час вбивати і час лікувати,*

*час руйнувати і час будувати,*

*час плакати й час реготати,*

*...час обіймати і*

*час ухилятись обіймів,*

*час шукати і час розгубити,*

*час збирати і час розкидати,*

*...час мовчати і час говорити,*

*час кохати і час ненавидіти,*

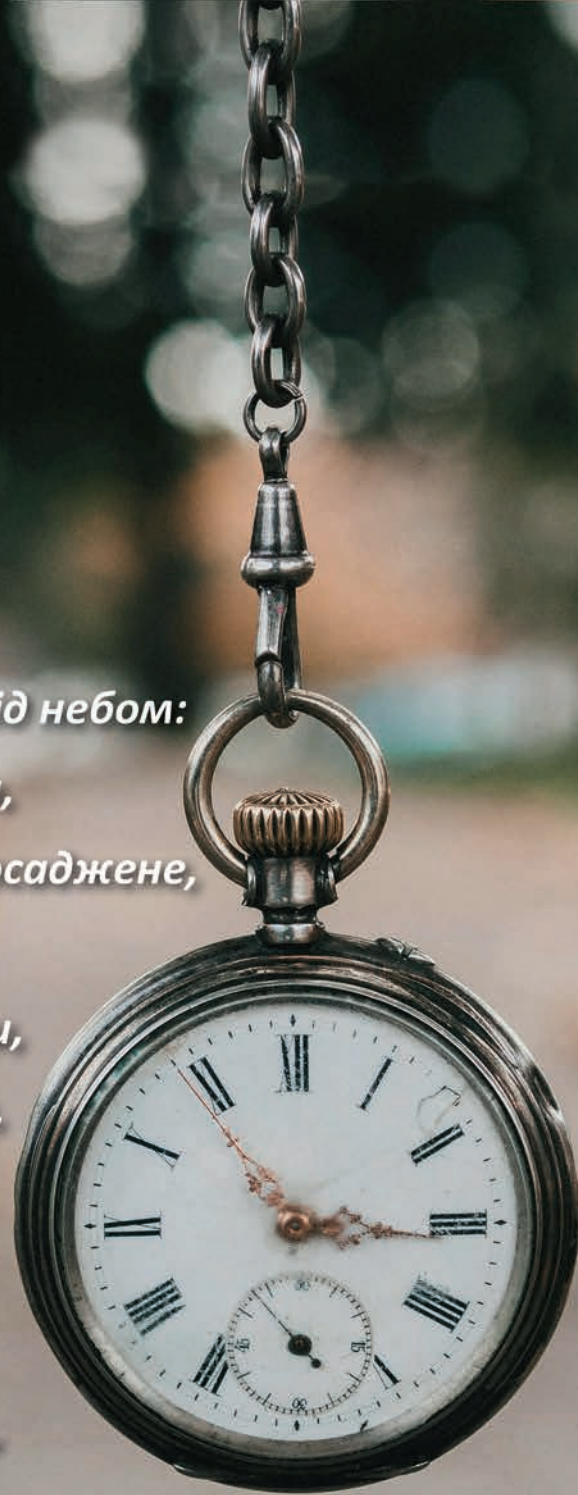
*час війни і час миру...*

*Я бачив роботу, що Бог був дав людським синам...*

*Усе Він прегарним зробив свого часу, і вічність поклав їм у серце,*

*хоч не розуміє людина тих діл,*

*що Бог учинив, від початку та аж до кінця.*



**Екл.3:1–11**