

## ІНТЕРНЕТ-ТЕЛЕБАЧЕННЯ “ЖИВЕ.ТБ” ЯК ПЛАТФОРМА СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ МІЖ ЦЕРКВОЮ І СУСПІЛЬСТВОМ

Юліана Лавриш

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, м. Львів, Україна,  
email: newmedialnu085@gmail.com*

Проаналізовано важливість присутності на медіаринку релігійно-соціального інтернет-телебачення у межах діалогу між Церквою і суспільством. У статті відстежено аудиторію, контент, попит і пропозицію новоствореного інтернет-телебачення Української греко-католицької церкви – “Живого. ТБ”.

*Ключові слова:* соціальна комунікація, інтернет-телебачення, Церква, суспільство, діалог.

Суспільства перебувають у стані постійної трансформації, переживаючи свою аграрну, індустріальну й постіндустріальну епохи. Про це ще у 1980-х писав відомий американський науковець Елвін Тоффлер у своїй праці “Третя хвиля”. На думку Тоффлера, постіндустріальна епоха, в якій ми наразі перебуваємо, знаменується початком ери інформаційного суспільства, де розвиток науки та технологій — відповідь пропозиції на потреби людства [3, с. 33–34]. Всесвітня мережа стала платформою для розвитку новітньої генерації людства. Трансформація журналістики в інтернет-простір відбувалася поступово: насамперед традиційні медіа публікували власний контент у мережі на офіційних веб-сторінках, проте редактори таких ресурсів вчасно зрозуміли, що Інтернет володіє унікальними можливостями – мультимедійністю і оперативністю. Про це, зокрема, зазначив у своєму посібнику з інтернет-журналістики американський науковець Ричард Крейг [1, с. 22].

У 2004 році ірландець Тім О’Рейллі стає одним із фундаторів концепту Web 2.0, згідно з яким взаємозв’язок мережевих майданчиків є кращим тоді, коли з’являється більша кількість користувачів та наповненість інформаційної матриці. Через те створюється так звана інтернет-спільнота, яка володіє такими можливостями, як конвергентність (тобто медіауніверсальність і всеохопність), інтерактивність, мобільність та оперативність. Тому сьогодні, перебуваючи у рамках цифрового суспільства, розуміємо, що вихід в інформаційну площину — необхідна складова будь-яких суспільних відносин, адже сучасна людина так чи інакше стає членом інтернет-спільноти.

Сьогоднішнє цифрове суспільство потребує зовнішньої й внутрішньої комунікації різноманітних інституцій, у тому числі й Церкви. Згідно з чинним законодавством багатьох країн світу, в тому числі України, Церква — окрема, незаангажована, автономна інституція, проте нині неможливо уявити її конвертування у мережевий простір, тобто у формат Web 2.0, адже це ще одна можливість продукувати комунікацію і водночас

творити діалог із сучасною людиною. В одній із перших програм “Живого. ТБ” голова УГКЦ Блаженніший Святослав (Шевчук) висловив думку, що інтернет-телебачення єдиним способом зв’язати всіх вірних із різних куточків земної кулі, тому через монітор комп’ютера Церква долатиме відстані й ніхто з її членів не відчуватиме дискомфорту [4]. Отож вихід Церкви поза межі своїх огорож — у Facebook, Twitter, Youtube та інші мережі — це можливість створення міцної спільноти за допомогою нових інструментаріїв.

Ключова подія святкування ювілею Хрещення в УГКЦ – освячення Патріаршого Собору у Києві. Важливо, що напередодні урочистостей Церква запустила у мережу власне інтернет-телебачення – “Живе. ТБ”. Примітно, що у рамках українських релігійних нових медіа “Живе. ТБ” — новинка. Фінансова база інтернет-телебачення УГКЦ — пожертви вірних, зокрема сім’ї Токачів зі Словаччини. У вступному інтерв’ю для “Живого. ТБ” керівник Департаменту УГКЦ, о. Ігор Яців зазначив, що інтернет-телебачення передбачає наповнення різноманітним контентом, який стосується не лише життя Церкви, а й людини загалом. Канал передбачає створення живої платформи через матеріали з різних сфер суспільства, з акцентом без насильства і розпусти [14].

Варто зазначити, що концепт “Живого. ТБ” подібний до християнських медіа, зокрема сусідньої Польщі. У розробленні моделі інтернет-телебачення важливим був досвід ознайомлення із принципами роботи польського католицького телебачення Telewizja Trwam. Цей канал входить у мережу супутникового і кабельного телебачення, але також має свою інтернет-сторінку. На платформі Telewizji Trwam кожен відвідувач може вільно обирати і переглядати матеріали, які найбільше зацікавили: про рибалку, автомобілі, вихід із конфліктних ситуацій, роздуми над екзистенційними проблемами. Натомість ще один католицький канал — Religia.tv — більш вузького, богословського спрямування, як і екуменічний канал Oroka.tv. Отже, у рамках польської християнської медіа-сфери католицькі канали мають свою нішу, як у супутниковій і кабельній платформах, так і у мережевому просторі. Натомість протестантські канали, скажімо, Nadzieja.tv, Chrzciscijanin.tv, функціонують виключно в Інтернеті.

Пряму трансляцію урочистостей здійснювали за допомогою каналу інтернет-телебачення “Живе. ТБ” та у прямому ефірі “Першого Національного”. Серед запрошених гостей – духовенство з України, Польщі, Риму. Кількість прихожан, які взяли участь в урочистостях, – близько 20 тисяч. Українські медіа у порівнянні із урочистостями 27–28 липня змінили свої акценти, презентуючи подію виключно у релігійному масштабі. Адміністратори сайту “Живе. ТБ” підбили підсумки ефективності онлайн-трансляції: загалом за урочистостями через Інтернет спостерігали 12 тис. реципієнтів із 40 держав світу: Україна, Росія, Польща, США, Канада. Серед міст-лідерів – Львів, Київ, Тернопіль, Рим, Одеса [9].

Через ці підрахунки розуміємо, наскільки інтернет-інструментарії є важливими для розповсюдження і популяризації ініціатив та ідей, зокрема на основі внутрішньо-церковної комунікації.

Проте висвітлення події освячення Патріаршого Собору у Києві – це лише старт у розширенні аудиторії для інтернет-телебачення. Як ми зазначали вище – трансляція онлайн-марафону була своєрідним стартом для розширення аудиторії, збільшення

кількості відвідувань ресурсу, урізноманітнення наповнення сайту з метою ефективної соціальної комунікації. Проаналізуймо і відстежмо динаміку пошуку й розширення аудиторії цього ЗМІ. На нашу думку, у цьому контексті варто зазначити специфіку інтернет-аудиторії. Відвідувачі інтернет-ресурсів можуть бути або цільові реципієнти, або випадкові користувачі, які шукають інформаційного продукту. Водночас це також спричиняє розвиток конкурентоспроможності сайтів, адже за одного відвідувача борються кілька порталів. Тому для редакції таких онлайн-проектів варто підбирати відповідний контент, щоб формувати цільову аудиторію. Тому інтернет-аудиторія переживає різноманітні внутрішні конфлікти. “Інтернет дає підстави вести мову про “натовп у квадраті”. Бо ж, погодьмося, що у Мережі набагато легше приховати свою індивідуальність, ніж у юрбі. Це одна із причин того, що у віртуальному світі фальсифікації і підробки набули розмірів епідемії”, – зазначив дослідник Борис Потятиник [2, с.108].

Відповідного до стратегії проекту – не лише релігійного, але насамперед соціального характеру, редакція розробила серію програм і спеціальних щоденних новин. До щоденного інтернет-ефіру “Живого.ТБ” належить така добірка програм: “Живі новини” (у блоці новин журналісти моделюють щоденне життя Католицької церкви), “Відкрита розмова” (журналісти запрошують різноманітних гостей різного соціального спрямування: журналістів, політиків, духовних осіб), “Відкрита студія” (через запрошених гостей журналісти обговорюють проблеми соціального спрямування, останні – вплив інтернету на сучасну молодь та проблеми освіти), спеціальні проекти “Наші люди” (про активну християнську молодь, їхній досвід християнського життя), “Публічні люди” (розмова із українськими політиками про перспективи розвитку України) та “Церковний рік” (суто християнський проект, призначений для ознайомлення із основними святами церковного календаря).

Проаналізувавши контент, розуміємо, що редакція інтернет-телебачення витримує основні положення редакційної політики, про які йшла мова вище, а саме – продукувати контент не лише релігійного спрямування. Варто також відстежити динаміку розвитку аудиторії “Живого.ТБ”, щоб кількісно оцінити число реципієнтів новоствореного медійного ресурсу. Важливо, що канал “Youtube” дає таку можливість відстежувати за переглядами. Ми вже зазначали вище, що через висвітлення події-старту, тобто освячення Патріаршого Собору у Києві, зібралася чимала кількість відвідувачів інтернет-платформи. Проте важливо також простежити за подальшою відвідуваністю, яка, безумовно, є одним із показників успішності інтернет-ресурсу. Якщо проаналізувати перегляд “Живих новин”, то тут помітний приріст аудиторії. Перша стрічка новин від 05.09.13 збрала всього 45 переглядів [10], натомість блок новин від 10.09 мав 310 переглядів [11], а від 13.09 – 361 [12]. Наразі динаміка перегляду коливається у межах двох сотень. Окрім новин, коливається динаміка перегляду аналітичних програм, наприклад “Відкрита студія” – зустріч із Сергієм Зеніним, ведучий “Радіо Рокс” – 105 переглядів [7], з журналісткою Ольгою Герасим’юк – 99 переглядів [5], інтернет-знавцем Миколою Рогинцем – 93 перегляди [6], дипломатом Володимиром Огрязком – 159 [8]. Спеціальний проект “Публічні люди”, попри невелику кількість випусків, має також динаміку своєї відвідуваності: розмова з Геннадієм Москалем – 393 перегляди [15], з

Юрієм Луценком – 527 переглядів [16]. Так само варто відстежити динаміку переглядів автентично християнських проєктів: “Наші люди” від 17.09.2013 – 86 переглядів [13], “Церковний рік”: перша програма від 13.09.13 – 427 переглядів [17], від 20.09.13 – 264 [18]. Також до нашої статті додаємо діаграму, яка презентує динаміку та географію відвідуваності “Живого.ТБ” через соціальну мережу Фейсбук. Діаграму опубліковано на офіційній сторінці “Живого.ТБ” у мережі Фейсбук – (<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=408690075898716&set=a.399060086861715.1073741829.392896304144760&type=1&theater>).

Підсумовуючи наше міні-дослідження, робимо такі висновки:

- по-перше, кількісні і якісні показники нового інтернет-медіапроєкту УГКЦ засвідчили важливість такого медіапродукту у сегменті українського медіаринку;
- по-друге, інтернет-телебачення “Живе.ТБ” є і може бути у майбутньому ефективною платформою для налагодження соціальної комунікації між Церквою і суспільством;
- по-третє, на перший погляд невелика, але як для новоствореного проєкту помітна кількість відвідувачів, свідчить про попит на якісний медіапродукт не лише релігійно-духовного, але і соціального спрямування.

#### Список використаної літератури

1. Крейг Ричард. Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / Ричард Крейг; пер. з англ. А. Іщенко. – К. : Вид.дім “Києво-Могилянська академія”, 2007. – 324 с.
2. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика : навч. посібник / Борис Володимирович Потятиник. – Львів : ПАІС, 2010. – 246 с.
3. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – М. 1999. – 784 с.
4. Відкрита студія “Живого. ТБ” [Електронний ресурс] // – Режим доступу: <http://zhyve.tv/program/zhivetb.html>
5. “Відкрита розмова” із Ольгою Герасим’юк від 05.09.13 [Електронний ресурс] // – Режим доступу: <http://www.youtube.com/watch?v=gcXF9-ZQhrQ>
6. “Відкрита розмова” з Миколою Рогинцем від 05.09.13 [Електронний ресурс] // – Режим доступу: [http://www.youtube.com/watch?v=n\\_My9QF1lhY&feature=youtu.be](http://www.youtube.com/watch?v=n_My9QF1lhY&feature=youtu.be)
7. “Відкрита розмова” із Сергієм Зеніним від 05.09.13 [Електронний ресурс] // – Режим доступу: [http://www.youtube.com/watch?v=dd3t-CIB\\_VM](http://www.youtube.com/watch?v=dd3t-CIB_VM)
8. “Відкрита розмова” із Володимиром Огрязком від 12.09.13 [Електронний ресурс] // – Режим доступу: [http://www.youtube.com/watch?v=LmQGz2\\_b1jc&feature=youtu.be](http://www.youtube.com/watch?v=LmQGz2_b1jc&feature=youtu.be)
9. “Жива стрічка” підбиває підсумки історичних подій у Києві [Електронний ресурс] // – Режим доступу: <http://ugcc.tv/ua/media/67129.html>
10. “Живі новини” від 05.09.13 [Електронний ресурс] // – Режим доступу: <http://www.youtube.com/watch?v=9zkVANZmh78>
11. “Живі новини” від 10.09.13 [Електронний ресурс] // – Режим доступу: [http://www.youtube.com/watch?v=6n3PuY\\_ufAU](http://www.youtube.com/watch?v=6n3PuY_ufAU)
12. “Живі новини” від 13.09.13 [Електронний ресурс] // – Режим доступу: [http://www.youtube.com/watch?v=oLkY\\_iNBtM&feature=youtu.be](http://www.youtube.com/watch?v=oLkY_iNBtM&feature=youtu.be)
13. “Наші люди”, випуск від 17.09.13 [Електронний ресурс] // – Режим доступу: <http://www.youtube.com/watch?v=pFUWZci5GXA&feature=youtu.be>

14. Освячення студії “Живого. ТВ” [Електронний ресурс] // – Режим доступу: <http://zhyve.tv/program/osvyachennya-studiyi.html>
15. “Публічні люди”. Геннадій Москаль (випуск від 12.09.13) [Електронний ресурс] // – Режим доступу: <http://www.youtube.com/watch?v=FPpSpwIujlY>
16. “Публічні люди”. Юрій Луценко (випуск від 19.09.13) [Електронний ресурс] // – Режим доступу: <http://www.youtube.com/watch?v=L-jY8rgkri0>
17. “Церковний рік”, випуск від 13.09.13 [Електронний ресурс] // – Режим доступу: <http://www.youtube.com/watch?v=ND-NMfE92uE&feature=youtu.be>
18. “Церковний рік”, випуск від 20.09.13 [Електронний ресурс] // – Режим доступу: <http://www.youtube.com/watch?v=JilUdHRIYG0>

Стаття надійшла до редколегії 10.09.13

Прийнята до друку 08.10.13

## INTERNET-TV “ZHYVE.TB” AS A SOCIAL MEDIA PLATFORM BETWEEN CHURCH AND SOCIETY

**Yuliana Lavrysh**

*Ivan Franko National University of Lviv,  
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine,  
e-mail: newmedialnu085@gmail.com*

Analyzed the importance of the media market in the religious and social TV online within the dialogue between the Church and society. The article traced audience, content, supply and demand of the newly created Internet TV Ukrainian Greek Catholic Church – “Zhyve.TB”.

*Key words:* social communication, Internet TV, Church, society, dialogue.

## ИНТЕРНЕТ-ТЕЛЕВИДИНИЕ “ЖЫВОЕ. ТВ” КАК ПЛАТФОРМА СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ МЕЖДУ ЦЕРКОВЬЮ И ОБЩЕСТВОМ

**Юлиана Лаврыш**

*Львовский национальный университет им. И. Франко,  
ул. Генерала Чупринки, 49, 79044, г. Львов, Украина,  
e-mail: newmedialnu085@gmail.com*

Проанализированы важность присутствия на медиарынке религиозно-социального интернет-телевидения в пределах диалога между Церковью и обществом. В статье отслежено аудиторию, контент, спрос и предложение нового интернет-телевидения Украинской греко-католической церкви – “Живого. ТВ”.

*Ключевые слова:* социальная коммуникация, интернет-телевидение, Церковь, общество, диалог.