

Веб-сервіс як засіб здійснення душпастирської місії

Лілія Керенович

Кафедра СКІД
Національний університет “Львівська політехніка”
Львів, Україна
lilya.kerenowitch@gmail.com

Петро Лепісевич

Кафедра теорії та історії держави і права,
конституційного та міжнародного права
Львівський державний університет внутрішніх справ
Львів, Україна

Abstract. *This article describes the main web services used by religious institutions, given their relevance. Also, a brief description of these services in terms of their structure and main advantages is given.*

Ключові слова: Інтернет-технології, комунікація, веб-сервіс, релігійна організація.

Питання дослідження веб-сервісів для комунікації релігійних організацій з вірянами сьогодні надзвичайно актуальне, зважаючи на зростання запиту на використання Інтернет-сервісів з релігійних питань, спричиненого обмеженнями, відповідно до Закону України “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19)”.

ОСНОВНІ ВЕБ-СЕРВІСИ

Розвиток сучасних технологій значно розширює простір для спілкування в мережі Інтернет, зокрема, і в сфері релігії. Досить популярними інструментами спілкування з вірянами є соціальні мережі, сайти релігійних установ. Статистичні дані свідчать, що за період карантину значно зросла кількість блогів та Instagram-сторінок, де священнослужителі публікують релігійні матеріали, відповідають на питання користувачів, а за допомогою можливостей соціальної мережі Instagram – знімають відео-трансляції.

Але найбільш ефективною буде комунікація за допомогою спеціальних веб-сервісів, розміщених на сайті відповідної релігійної установи. Адже такі сервіси мають певні особливості, завдяки яким вони істотно

відрізняються від соціальних мереж: комплексний характер роботи сервісів, безперешкодний доступ до сервісів. Також, зважаючи на той факт, що значна частина вірян – люди похилого віку, що не є користувачами соцмереж, сайти для них – найоптимальніший канал для комунікації з Церквою.

Зокрема, релігійні установи найчастіше використовують такі веб-сервіси з метою встановлення комунікації з цільовою аудиторією: форма зворотнього зв'язку, “авторизація користувача”, “електронний запис”, “електронне голосування”, “онлайн-трансляції”.

Розглянемо детальніше кожен з цих веб-сервісів.

“Авторизація користувача” – сервіс, що дозволяє ідентифікувати користувача за допомогою логіна та пароля. Проте, на сайтах релігійних установ доцільніше було б використовувати анонімний вхід в цілях захисту прав та інтересів користувача. Проте, забезпечити повну анонімність користувача на сайті практично неможливо, тому можливі такі варіанти: забезпечити шифрування електронної адреси користувача для мінімізації процесів надсилання спаму на електронну пошту користувача, забезпечити анонімне голосування та дописування коментарів на сайті.

“Форма зворотнього зв'язку” – веб-сервіс, що дозволяє користувачам комунікувати з представниками Церкви в онлайн-режимі. Для того, щоб відправити повідомлення, користувач повинен заповнити форму, яка містить такі поля: ім'я користувача, адреса його електронної пошти, поле для вибору священнослужителя, якому користувач бажає задати питання, тема

питання, зміст самого повідомлення, в кінці – підтвердити свою особу, ввівши, згенерований та виведений на екран, код.

В результаті, обраний користувачем священнослужитель-адміністратор, отримує сповіщення про надіслане користувачем повідомлення на свою електронну пошту, переходить за посиланням у свій особистий кабінет, у розділі “Повідомлення” переглядає відповідне повідомлення, обирає кнопку “Відповісти” та вводить текст повідомлення-відповіді.

“Електронний запис” – веб-сервіс, за допомогою якого користувач має змогу записатися на проведення певного релігійного обряду в онлайн-режимі, ввівши свої контактні дані – ім’я, адресу електронної пошти, номер телефону, та вибравши з переліку доступну дату, час, вид обряду та священнослужителя. На сьогодні, такий сервіс використовується здебільшого в сферах медицини, надання адміністративних послуг, проте, в сфері релігії, впровадження такого виду сервісу значно спростило б процес комунікації в межах Церкви.

Веб-сервіс “Електронне голосування” слугує інструментом для покращення роботи сайту на основі відгуків та оцінок користувачів. Схема роботи цього сервісу виглядає таким чином: користувач заповнює форму із запитаннями, вибираючи найкращі, на його думку, варіанти відповідей, та в кінці натискає кнопку “Проголосувати”. В результаті, адміністратор сайту на основі отриманих відповідей від користувачів, має змогу провести статистичний аналіз для прийняття певного рішення.

Надзвичайної популярності зараз набув сервіс “Онлайн-трансляції”. Цей сервіс надає можливість поширювати відео-контент для користувачів сайту. До прикладу, більшість релігійних установ мають свій YouTube-канал, посилання на який розміщується в розділі “Онлайн-трансляції” на сайті, або розміщують посилання на сторонній ресурс. Загалом, такий сервіс слугує інструментом для залучення більшої аудиторії користувачів та підвищення популярності сайту релігійної установи.

Отже, веб-сервіси відіграють вагомий роль як інструменти комунікації в сфері релігії, забезпечуючи безперешкодний доступ

користувачів до можливостей певного веб-ресурсу.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Markovets O., Peleshchyshyn A. Stages of implementation of citizens' appeals processing system in heterogeneous web environments // Комп'ютерні науки та інформаційні технології: CSIT-2017) – Львів: Вежа і Ко. – С. 75 – 78.
- [2] Громадське телебачення: веб-сайт. URL: <https://hromadske.ua/posts/vid-domu-do-cerkvi-odin-klik-yak-svyashenniki-perehodyat-v-onlajn> (дата звернення: 06.05.2020).
- [3] Думанський Н.О., Марковець О.В., “Інтелектуальна система пошуку та збирання інформації з тематичних Веб-ресурсів”, Вісник Національного університету “Львівська політехніка”, Серія Інформаційні системи та мережі: – 2009. – №631. – С.101-106.
- [4] Markovets O., Dumanskyi N. The structure of the system of processing citizens' appeals // Econtechmod. – 2017. – Том 6 № 2. С. 33–38.
- [5] Керенович Л.М., Марковець О.В., “Особливості лендінгу як сучасного інструменту інтернет-маркетингу”, Інформація, комунікація, суспільство 2018: Львів: Видавництво Львівської політехніки. С. 79 – 80.
- [6] N. Vovk, A. Peleshchyshyn, and O. Markovets, "Representations of The Public Attitudes Towards Ukrainian-Polish Relations in Web Communities," (in English), European Journal of Transformation Studies, Article vol. 8, no. 1, pp. 93-108, 2020 2020.
- [7] Markovets, O., Pazderska, R., Dumanskyi, N., Dronyuk, I. Analysis of citizens' appeals in heterogeneous web services CEUR Workshop Proceedings Volume 2392, 2019, Pages 184-198 1st International Workshop on Control, Optimisation and Analytical Processing of Social Networks, COAPSN 2019; Lviv; Ukraine; 16 May 2019 through 17 May 2019; Code 149063