

Міністерство освіти і науки України  
Західноукраїнський національний університет  
Соціально-гуманітарний факультет  
Кафедра інформаційної та соціокультурної діяльності

**«Веб-сайт ЗВО як електронне документно-комунікаційне  
середовище»**

Міждисциплінарна курсова робота

студентки 4 курсу ДІД-41  
Галузі знань 02 Культура і мистецтво  
Спеціальності 029 «інформаційна,  
бібліотечна, та архівна справа»  
Панчак Х.А.

Керівник \_\_\_\_\_

(посада, вчене звання, науковий ступень, прізвище та ініціали)

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів: \_\_\_ Оцінка: ECTS \_\_\_

Члени комісії \_\_\_\_\_

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Тернопіль - 2020

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1.ЗАГАЛЬНІ ПОНЯТТЯ СТВОРЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВЕБ-САЙТУ .....	5
1.1. Основні етапи створення сайту.....	5
1.2. Особливості, функції і зміст веб-сайтів .....	8
РОЗДІЛ 2.ВЕБ-САЙТ ЯК ДОКУМЕНТАЛЬНО-ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА .....	18
2.1. Сутність і значення веб-сайтів.....	18
2.2. Основні підходи до покращення і розвитку веб-сайтів .....	24
РОЗДІЛ 3.ВЕБ-САЙТ ЗВО – ЯК НОВІТНІЙ ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ .....	29
3.1. Художньо-комунікативні особливості веб-сайту .....	30
ВИСНОВКИ.....	37
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	38

## ВСТУП

**Актуальність теми:** Суттєвою особливістю сучасних соціальних процесів є зростання масштабів застосування новітніх інформаційних технологій у різних сферах життєдіяльності суспільства. В останні десятиліття позитивний розвиток засобів масової інформації став необхідною умовою та характеристикою переходу до інформаційного суспільства. У цьому процесі особливу роль відіграє глобальний інтернет, який є специфічним інтерактивним методом масової комунікації, який тривалий час був активним у всіх сферах життя суспільства.

Інтернет є не лише найновішим засобом спілкування між соціальними учасниками, але насправді є засобом, який природним чином може сформувати нову віртуальну природу: В умовах безпрецедентної насиченості інформаційного потоку «віртуальний простір» може відповідати об'єктивній реальності за своїм впливом на суспільну свідомість.

Елементом, який складає і організовує цей віртуальний простір і одночасно виступає в ролі каналу зв'язку, завдяки чому відповідний контент насичується, є Інтернет - сайт, який являє собою набір інформаційних блоків та інструментів для спілкування з аудиторією (відвідувачами). Їх головна мета – представляти та знаходити організації інформаційного простору, що діють у сферах бізнесу, політики та соціальної сфери, освіти та культури. Спілкування в Інтернеті містить потужний елемент зворотного зв'язку, що створює безпрецедентні можливості для спілкування.

За таких умов, завдяки особливій ролі вищих навчальних закладів у новому суспільстві та його економіці, представництво у віртуальному просторі вищих навчальних закладів (ВНЗ) є особливо важливим у галузі вищої освіти. Це не випадково називають «Економіка знань». Повністю включити інформаційні процеси, розробити інноваційні канали комунікації та спочатку створити власний веб-сайт, який не лише надає вищим навчальним закладам можливості розвиватися одночасно із суспільством, що переходить:

Є підстави вважати, що в умовах посиленого обігу інформації самі навчальні заклади можуть і повинні брати на себе роль одного з ключових інститутів інформаційного суспільства та його системи управління.

**Мета роботи:** метою даної курсової роботи є дослідження основних функцій веб-сайтів у документно - комунікаційному середовищі.

**Предмет роботи:** предметом даної курсової роботи є основні функції та можливості веб-сайтів.

**Об'єкт роботи:** об'єктом даної курсової роботи є веб-сайти ЗВО та документно - комунікаційною функції.

**Методи дослідження:** Для досягнення мети та мети дослідження застосовується сучасна наукова методологія, що базується на таких принципах: початок дослідження та розвиток об'єкта, єдність логіки та історії, сходження від абстрактного до конкретного тощо. Метод дослідження базується на систематизованому методі, особливістю якого є розкриття цілісності об'єкта та механізм забезпечення його дослідження для виявлення різних типів взаємозв'язків складних об'єктів та об'єднання їх в єдиний теоретичний графік.

**Структура роботи:** дана курсова робота складається з вступу, трьох розділів, п'яти підрозділів, висновків та списку використаних джерел. Робота розміщена на 39 сторінках та налічує в собі 20 посилань на бібліографічні джерела.

## **РОЗДІЛ 1.**

### **ЗАГАЛЬНІ ПОНЯТТЯ СТВОРЕННЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВЕБ-САЙТУ**

На сучасному рівні розвитку інформаційних технологій використання комп'ютерів для зберігання будь-якого типу інформації стає єдиним інструментом, що надає численні можливості для управління інформацією. Інтернет відіграє важливу роль у процесі отримання інформації.

Сьогодні в Україні близько 9 мільйонів людей користуються Інтернет-послугами різної частоти. На сьогоднішній день Інтернет став найдосконалішою інформаційною системою у світі, яка використовується для спілкування мільйонів користувачів.

За допомогою мережі Internet забезпечується доступ до більш як п'яти мільйонів інформаційних Web-сайтів. Якщо прийняти до уваги кількісні показники українського сегменту Internet, то вони налічують 200-300 тисяч користувачів, загальна кількість Web-серверів на сьогодні досягла позначки 4,5 тисяч[1, с. 39-40].

#### **1.1. Основні етапи створення сайту**

Сьогодні майже в кожній організації є персональний веб-сайт. У процесі розвитку інформаційних технологій необхідно розширити рекламну діяльність з метою поширення різної інформації про конкретні організації. З розвитком технології розмітки гіпертексту в Інтернеті з'являється все більше сайтів.

Розробка проекту - це перший і один з найважливіших етапів. Яка мета цього проекту? У процесі створення веб-сайту на основі експертів з абсолютно різних галузей проекту кожен учасник процесу точно визначить сферу та цілі, що стоять перед ним. Процес написання проекту передбачає

активну участь розробників та замовників. Тільки після розробки проекту можна приступати до створення веб-сайту.

### **Дизайн**

При розробці веб-сайту слід враховувати багато факторів. Сайт повинен розміщувати відповідні засоби контролю та враховувати правила користування та інші технічні характеристики, необхідні для швидкої та якісної роботи ресурсів. Дизайн веб-ресурсів має безліч функцій і абсолютно відрізняється від усіх інших сфер візуального дизайну. Щоб розробити якісний дизайн, лише дотримуючись усіх правил, ви можете знати успішну розробку та якість ресурсів веб-сайтів, і необхідно розуміти основну мову, що використовується для написання веб-сайтів, і методи просування в пошуковій системі.[1, с. 40].

### **Програмування**

Дуже важливий і трудомісткий етап розвитку мережевих ресурсів, він залежить від якості програмування, якості роботи, хорошої роботи та індексації сайтів пошукових систем. Як правило, час програмування залежить від технічних особливостей та функцій сайту (чим більші можливості сайту, тим складніше його програмувати). Якість програмування залежить від рівня експертів.

### **Домен**

Домен (адреса сайту) – ім'я сайту, що складається з літер і цифр. Ви можете знайти веб-сайт, ввівши його в адресному рядку браузера через доменне ім'я. Поля поділяються на два типи: географія та предмет. Наприклад: географічні домени. Ru., Ua., It., Us; тематичні. Com., Org., Net. Доменне ім'я повинне бути не довгим, що добре запам'ятовується, збігатися або асоціюватися з назвою організації, товару або послуги наданої на сайті, якщо фірма чи підприємство працює на території міста чи однієї країни, то краще вибрати домен відповідного регіону.

### **Хостинг**

Хостинг – це віддалений комп'ютер чи декілька комп'ютерів (Сервер), на якому розташовується сайт. Для ефективної роботи сайту потрібно

забезпечити цілодобовий і безперебійний доступ до нього, самотужки це зробити дуже складно, тому що потрібен комп'ютер який буде підключений до мережі 24 години на добу, і відповідне програмне забезпечення, яке вимагає налаштування і постійної підтримки. Питання з розташуванням сайту вирішують хостинг провайдери, які здають в оренду певний дисковий простір на своїх серверах. Не рекомендую заощаджувати на хостингу, так як від нього залежить якість роботи Вашого сайту, бажано оплачувати послуги з оренди хостингу та доменного імені не менш ніж на рік[1, с. 40-41].

### **Наповнення**

До цього етапу потрібно підійти дуже серйозно, так як саме наповнення надалі будуть переглядати користувачі, і індексувати пошукові системи. Контент (наповнення сайту) ділиться на декілька різновидів: текстове наповнення (саме його індексують пошукові роботи) обов'язково має бути унікальним і seo-оптимізованим (певна кількість ключових слів у тексті); Графічне наповнення (зображення, відео) дуже часто використовується для оформлення, демонстрації продукту або послуги, можна сказати, що це одяг за яким зустрічають. Головні критерії контенту: унікальність і якість.

### **Підтримка**

Після того як сайт розроблений і почав свою роботу потрібна його подальша підтримка в просуванні та розвитку. Все залежить від типу сайту, наприклад: сайт візитка, після розробки і розміщення на хостингу не вимагає особливої підтримки, тому що інформація на ньому оновлюється не дуже часто. Інтернет магазин навпаки, щодня потрібно займатися його просуванням, і утриманням позицій в пошукових системах. Так само під підтримкою іноді мається на увазі несуттєва зміна (вдосконалення) дизайну чи технічної частини сайту. Простими словами до підтримки належать всі питання по змісту сайту після його розробки і первинної налаштування.

### **Просування**

Для того щоб сайт могли знаходити користувачі по певних запитах його необхідно внести в пошукові системи і каталоги сайтів. Але не все так просто

як здається на перший погляд, на сьогоднішній день конкуренція в інтернеті дуже велика, і для того щоб Ваш сайт зайняв найвищі місця в пошукових системах йому необхідно пошукове просування. На основі численних досліджень можна зробити висновок, що основна маса користувачів не переглядає сайти, які знаходяться на другій сторінці видачі пошукових систем, відповідно щоб сайт був максимально ефективний, він повинен знаходитися в першій десятці видачі. Навіть якщо сайт дуже добре seo-оптимізувати то все одно малоймовірно, що він займе потрібні позиції в пошукових системах, у цьому випадку вихід тільки один додатковий комплекс заходів щодо його просування[1, с. 42].

## **1.2. Особливості, функції і зміст веб-сайтів**

Веб-сайт – сукупність веб-сторінок які доступні в Інтернеті, а також об'єднані як за змістом, так і навігаційно. Фізично сайт розміщується як на одному, так і на кількох серверах.

Веб-сторінка – інформаційний ресурс, доступний у мережі WorldWideWeb, який переглядається у веб-браузері. Переважно така інформація записана у форматі HTML чи XHTML і містить гіпертекст із навігаційними гіперпосиланнями на інші веб-сторінки.

Веб-сервер – це підключений до Інтернету ноутбук, котрий приймає запити на одержання певних даних, обробляє їх та видає результати, застосовуючи протокол HTTP (Hyper Text Transfer Protocol – протокол передачі гіпертексту). Сукупність веб-сторінок, об'єднаних за темами між собою і сформованих як єдине ціле, звать веб-сайтом[1, с. 45].

Типи сайтів:

- Статичні;
- Веб-спільноти;
- Інтернет-магазини;
- Портали;
- Блоги. За технологією їх поділяють на:



- Статичні;
- Динамічні;
- Флеш-сайти;
- Мішані. За власником:
- Персональні;
- Веб-сайти комерційних організацій (сайти-візитівки; промо-сайти; веб-сайти електронної комерції);

- Веб-сайти некомерційних організацій.

За наповненням:

- Малі;
- Тематичні;
- Багатофункціональні портали. За призначенням: - Веб-сайти, які надають контент;
- Веб-сайти для спілкування;
- Веб-сайти для комерційних організацій;
- Веб-сайти для надання послуг.

Веб-сайти класифікують за доступністю сервісів, фізичним розміщенням і призначенням. За доступністю сервісів їх поділяють на:

- Відкриті – усі сервіси повністю доступні для всіх відвідувачів і користувачів;
- Напіввідкриті – для доступу потрібно зареєструватися;
- Закриті – повністю закриті службові веб-сайти організацій (можуть бути, корпоративні сайти), особисті веб-сайти приватних осіб.

Такі веб-сайти доступні для досить малого кола людей. Доступ нових людей здійснюється через запрошення[3, с. 19].

За фізичним розміщенням: Якщо сайт надає доступ користувачам з Інтернету, він вважається зовнішнім, натомість сайт, доступ до якого здійснюють лише користувачі локальної мережі, є внутрішнім. Прикладами внутрішнього сайту може бути корпоративний сайт підприємства чи сайт

приватної особи в локальній мережі провайдера. За призначенням веб-сайти поділяють на:

- Бізнес-сайти – вони містять інформацію про компанії та їхні сервіси, здійснюють функцію електронної торгівлі;

- Інформаційні – призначені для інформування відвідувачів, розповсюдження новин, енциклопедії, словники;

- Веб-сайти соціальних мереж – інтерактивні багатокористувацькі сайти, які заповнюються самими учасниками мережі. Сайт являє собою автоматизоване соціальне середовище, яке дозволяє спілкуватися групі користувачів, об'єднаних спільними інтересами;

- Веб-портали – універсальні сайти, через які дозволено виходити на інші ресурси Інтернету;

- Веб-сайти сервісів – це сайти служб, які існують у мережі Інтернет, зокрема, сайти таких пошукових служб (Google, Bing), поштові сайти, веб-форуми, онлайнві сховища даних (Skydrive), сайти служб онлайнного документообігу (GoogleDocs), зберігання та обробки фотографій (Picnik, ImageShack, Panoramio, Photobucket), зберігання відео (YouTube). За схемою надання інформації, її об'ємом і категорії вирішуваних задач виділяють наступні типи веб-ресурсів:

- Інтернет-портал – багатокомпонентна розгалужена структура, скомпонована з функціонально самодостатніх сайтів самостійних організацій чи підрозділів корпоративної будови. Інформаційні джерела:

- Тематичний сайт – сайт, який надає специфічну вузько-тематичну інформацію по якій – не будь темі;

- Тематичний портал – це надто великий веб-ресурс, що надає всю інформацію з певної тематики. Портали схожі на тематичні сайти, але крім того містять методи взаємодії з користувачами і надають можливість користувачам спілкуватися в рамках порталу.

Інтернет - представництва власників бізнесу (торгівля і послуги), не завжди є користувачами Інтернету:

- Сайт-візитка – містить загальні дані про власника сайту (організація чи індивідуальний підприємець): вид діяльності, історія, прайс-лист, контактні дані, реквізити, схему проїзду;

- Представницький сайт – так іноді звать сайт-візитку з розгалуженою функціональністю: точний опис послуг, портфоліо, відгуки, форма зворотнього зв'язку і т.д.[3, с. 21-22];

- Корпоративний сайт – містить детальну інформацію про компанію власника, сервіси, продукції, події в житті компанії. Відрізняється від сайту візитки і представницького сайту детальним представленням інформації, часто містить різні функціональні інструменти для роботи з контентом (пошук і фільтри, календарі подій, фотогалереї, корпоративні блоги, форуми). Буває інтегрований з внутрішніми інформаційними системами компанії власника (KIC, CRM, бухгалтерськими системами). Вміщує закриті розділи для тих чи інших категорій користувачів – співробітників, дилерів, контрагентів.

- Каталог продукції – в каталозі присутній детальний опис товарів і послуг, сертифікати, технічні і споживчі дані, відгуки експертів і т.д. На таких сайтах розміщується інформація про товари і послуги, яку ніяк не можна помістити в прайс-лист;

- Інтернет -магазин – сайт з каталогом продукції, з якого клієнт може робити замовлення на потрібні йому товари. Застосовуються різні способи розрахунків: від пересилання товарів після оплати або автоматичним пересиланням квитанції факсом до розрахунків за допомогою пластикових карток;

- Промо-сайт – сайт про якусь торгівельну марку чи продукт. На таких сайтах розміщується вся інформація про бренд, різні рекламні акції (конкурси, вікторини, ігри);

Сайт-квест – інтернет -ресурс, на якому організовано змагання з відгадування загадок, які між собою взаємопов'язані. Веб-сервіс – це сайт, сформований для того, щоб виконувати будь-які задачі або надавати послуги у рамках мережі WWW:

- Дошка оголошень являє собою ресурс, який надає можливість розміщення публічного оголошення про продаж чи купівлю товарів і послуг, залишаючи при цьому яку-небудь інформацію короткого змісту;

- Каталог сайтів – це ресурс, на котрому розміщуються сайти і блоги, такі як, Open Directory Project. Каталоги можуть бути платні та безкоштовні. Каталоги сприяють прогресуванню ресурсу, котрий розміщується в каталозі сайтів[3, с. 22-23];

- Пошукові сервіси –Yahoo!, Google, Bing, Yandex;
- Поштовий сервіс – Mail.ru і Gmail;
- Веб-форуми;
- Блог-сервіс;
- Файлообмінний пиринговий сервіс – Bittorrent;
- Хмарне сховище даних – OneDrive;
- Сервіс редагування даних –GoogleDocs;
- Фотохостинг– Picnik, Image Shack, Panoramio, Photobucket;
- Відеохостинг– YouTube, Dailymotion;
- Соціальні медіа;
- Комбіновані веб-сервіси (Соціальні мережі) – Facebook, Twitter;
- Комбіновані веб-сервіси (Спеціалізовані соціальні мережі) –

MySpace, Flickr.

За технологічною своєрідністю формування і відображення веб-сайти розрізняються:

За технологією відображення.

- Статичні – формуються зі статичних xhtml (html, dhtml) сторінок, які утворюють єдине ціле. Користувачеві надаються файли тому вигляді, в котрому вони зберігаються на сервері;

- Динамічні – формуються з динамічних html (html, dhtml) сторінок – шаблонів, інформації, скриптів та іншого, у вигляді деяких файлів. Вміст генерується за запитом спеціальними скриптами (тобто програмами) на основі інших даних з будь-якого джерела;

- Веб-сайти, створені з впровадженням т.з. Flash-технологій, коли весь сайт розташовується на одній веб-сторінці, призначеної винятково для завантаження Flash-файлу, а вся навігація і контент реалізовані в самому Flash-ролику[13].

За типами макетів

- Фіксованої ширини – розміри елементів сторінки мають фіксоване значення, яке не залежить від розміру, співвідношення сторін екрану монітора та розмірів вікна браузера, задається в абсолютних значеннях – PX (пікселі);

- Гумовий макет – розміри несучих елементів, значення ширини, задаються відносним значенням – % (відсотки), сторінки відображаються на весь екран монітора по ширині;

- Динамічно еластичний – розміри більшості елементів задаються відносними значеннями – EM і % (відсотки). Всі відносні пропорції розмірів елементів постійно залишаються незмінними, незалежно від розміру, співвідношення сторін екрану монітора, розмірів вікна і масштабу вікна браузера.

Типи веб-сторінок:

- Домашня;
- Веб-каталог;
- Форум;
- Чат;
- Сторінка розділу веб-сайту. За призначенням:
- Сторінки-контейнери (веб-каталоги, каталоги файлів);
- Домашня сторінка;
- Інформаційні сторінки;
- Комунікативні сторінки (сторінки форуму, сторінки чату, сторінки гостьової книги). Залежно від технології:
- Статичні;
- Динамічні;
- Флеш-сторінки.

Формування веб-сайту починається з утворення інформаційної моделі сайту. Будь-яку веб-сторінку можна оцінити за декількома параметрами: зміст та зовнішній вид. Насамперед потрібно вирішити, яку інформацію потрібно на ній розмістити. Необхідно детально проаналізувати, скільки і якої інформації потрібно подати на веб-сторінці[13].

Формуючи проект сайту, потрібно добре обміркувати його основну структуру, зміст інформації та посилання. Зовнішній вигляд кожного сайту є унікальним, однак в усіх сайтах можна віднайти спільні за функціональністю компоненти. На кожному сайті першою відкривається головна сторінка. Її розробці приділяють особливу увагу, оскільки дослідження показали, що люди не здатні читати інформацію, яка відображається на моніторі, так зосереджено, як книжки чи журнали. Вони як правило лише поверхнево передивляються її, так само, як рекламу. Якщо головна сторінка містить те, що шукає відвідувач, він читає її далі, а якщо ні – переходить до інших сайтів, котрих в Інтернеті чимало[14, с. 17].

У верхній частині головної сторінки, як правило, розміщена так звана шапка, яку копіюють на інших сторінках сайту. Це виконують спеціально, бо цей компонент відображається у вікні браузера першим і відвідувач передусім звертає увагу на нього. Аби забезпечити негайний перехід до головних тематичних розділів сайту, формують меню сайту – список гіперпосилань на його розділи. Горизонтальне меню як правило розміщують у шапці, іноді копіюючи його в нижній частині сторінки, а вертикальне – здебільшого в лівій частині сторінки, у місці, звідки відвідувач починає її передивлятися. Меню є одним із найважливіших компонентів сайту, споживач постійно звертає на нього увагу, і тому вимоги до нього високі.

Меню має бути зручним, помітним і зрозумілим, інакше споживач не розумітиме, як перейти до потрібного розділу і залишить сайт. Аспекти меню повинні бути чітко відділені один від одного. Гіперпосилання, розміщені в тексті або у вигляді графічних об'єктів, надають дозвіл переправлятися на різні сторінки сайту чи навіть на інші веб-сайти. На сайтах із надто великим об'ємом

інформації є сторінки третього рівня, а якщо необхідно – то й четвертого та п'ятого[14, с. 17-18].

У цілому виділяють три типи структур веб-сайтів – лінійну, деревоподібну та довільну. Мандруючи сайтом із лінійною структурою, з головної сторінки переходять на другу сторінку, з неї – на третю і т.д. На сайті з деревоподібною структурою з головної сторінки можна потрапити на одну зі сторінок другого рівня, звідти – на одну зі сторінок третього рівня і т.д. Сайт із довільною структурою видається зовсім неорганізованим, але саме в цьому й полягає принцип його формування. Мандруючи таким сайтом, можна переправлятися з однієї його сторінки на інші в різні засоби, і цей шлях назад не обов'язково має бути таким самим.

Вибір структури визначається особливостями завдань, котрі розкриваються за допомогою веб-сайту. Можна навести ще,крім того, чотири приклади структур сайту. Кожна із цих структур має свої недоліки та переваги у проектуванні веб-сайту. Стандартна: Основна веб-сторінка містить посилання на інші документи веб-сайту, а документи містять посилання, відповідно, на головну веб-сторінку. Це найпростіший і найпоширеніший спосіб організації веб-сайту. Каскад: У такому разі посилання в документах задані таким чином,що існує тільки один шлях обходу сторінок веб-сайту. За каскадного способу організації сторінок відвідувачі сайту можуть переміщуватися тільки в одному з напрямків – вперед чи назад. Хмарочос: У цій моделі відвідувачі опиняться на будь-яких сторінках тільки тоді, коли вони будуть іти вірним шляхом. Це нагадує підйом до потрібної кімнати у великому хмарочосі. Павутина: У такому випадку всі сторінки веб-сайту містять посилання на інші сторінки, і споживач може легко перейти з будь-якої сторінки на іншу.

Схема може змінюватися на лабіринт в тих випадках, коли стане неконтрольованою, але буде популярною тоді, коли посилання на документи використовують не часто. Формування сайту розділяють на такі стадії: - Попередня стадія формування сайту. На цій стадії вирішуються основні питання. Обговорюється спільна концепція сайту, створюються та фіксуються

цілі формування сайту. – Стадія проектування сайту. Характеристика будови сайту: меню, посилання, розміщення модулів, створення списку компонентів, які підключаються[13].

1. Стадія створення й перевірки сайту.

2. Розміщення сайту.

3. Розвиток ресурсу. Виділяють такі варіанти формування веб-сайтів: Спосіб перший (програма Блокнот). Програмування сайту гіпертекстовою розміткою HTML – так як веб-сторінки — це документи, розмічені із застосуванням гіпертекстової розмітки HTML, то файли веб-сторінок як правило мають імена .html або .htm. Коди гіпертекстової розмітки HTML, при допомозі котрих розмічають вихідний текст, звуть тегами[13].

Теги розпочинаються із символу `<`. Теги можуть бути парними і непарними. Парні теги мають ознаки, при допомозі котрих зазначаються їхні додаткові показники. HTML – документ має чітко окреслену структуру і складається з двох розділів – заголовків і тіла документа. Достатньо просто передивитися теги чи програму створення Html – документа. Для формування, коригування та керування вмістом сайту застосовують спеціальну систему керування контентом – CMS (від англ. Content Management System). Це програмна оболонка, яка дозволяє легко вводити і коригувати дані – текст, рисунки, добавляти і видаляти сторінки, а саме керувати сайтом у режимі онлайн, без знання HTML, та інших спеціальних вмінь.

Оскільки сформувати сайт при допомозі CMS можна швидко і без спеціальних вмінь, цей інструмент стає дедалі популярнішим. Зараз відомими є безкоштовні CMS: Wordpress, Joomla, Drupal. Серед комерційних CMS – це Bitrix, NetCat, ABO.CMS, Amiro.CMS, UMI.CMS, Host. CMS. Крім того, велика кількість веб-студій застосовує у створенні сайтів самописні універсальні CMS власної розробки. Відзначається також CMS Data Life Engine (DLE), яка подається виробниками як движок для великих новинних порталів. Після того, як сайт створено, його необхідно розмістити в Інтернеті. Хостинг (від англ. host) – це виділення місця на вінчестері серверу, який має цілодобове підключення до Інтернету, для розміщення сайту. Ця послуга призначається як



Інтернет -провайдерами, так і компаніями, які спеціалізуються на наданні послуг хостингу. Переважно на хостинг -серверах розміщуються від кількох до декількох тисяч сайтів[14, с. 18].

## РОЗДІЛ 2.

# ВЕБ-САЙТ ЯК ДОКУМЕНТАЛЬНО-ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА

### 2.1. Сутність і значення веб-сайтів

На сьогоднішній день практично кожна організація має особистий веб – сайт. В час розвитку інформаційних технологій – це є необхідним для розширення рекламної діяльності, поширення різної інформації що стосується тої чи іншої організації. З процесом розвитку технологій гіпертекстової розмітки в Інтернеті з'явилося більше сайтів різної тематики. Починаючи від сайтів великих компаній, які оповідають про успіхи компанії і її провали, до сайтів маленьких фірм, які закликають відвідати їх офіси в межах одного міста.

Інформація, доступна інтернет -користувачам, розташовується на веб-серверах, на яких розміщено спеціальне програмне забезпечення. Великий обсяг цієї інформації організовано у вигляді веб-сайтів. Кожен з них має своє ім'я (адреса) в Інтернеті. Сайт – це лише сукупність інформаційних файлів (сторінок з текстом і картинками), присвячених одній тематиці, а також об'єднаних гіпертекстовими посиланнями і одним доменним ім'ям. Створення сайтів включає[15, с. 138]:

- Встановлення попереднього технічного плану підготовки сайту;
- Розкриття структурної моделі сайту – розстановка розділів, змісту і навігації;
- Веб-дизайн – формування графічних елементів макету сайту, стилів і елементів навігації;
- Створення модулів, програмних кодів та інших елементів сайту необхідних в проекті;
- Перевірка і розміщення сайту в мережі Інтернет .

Сторінки сайтів – це набір письмових файлів, розставлених гіпертекстовою розміткою HTML. Ці письмові файли, які були завантажені відвідувачем на комп'ютер, розуміються і переробляються програмою, а також виходять на засіб відображення (монітор, принтер чи синтезатор).

Гіпертекстова розмітка HTML дозволяє комплектувати текст, розрізняти у тексті функціональні аспекти, утворювати (гіперпосилання) та вводити у відображувану сторінку малюнок, звукозаписи та інші мультимедійні деталі. Відображення сторінки дозволяється змінити додаванням стилів на мові CSS, яка дозволяє централізувати в конкретному файлі всі аспекти параметрів (розмір і колір букв 2-го рівня, розмір і вид блоку вставки та інше) а також сценаріїв на мові JavaScript, які дають можливість передивлятися сторінки з подіями чи діями[15, с. 138].

Сторінки сайтів бувають простим набором файлів і створюються спеціальною комп'ютерною програмою на сервері. Вона розробляється для сайту, щоб бути готовим продуктом, який розрахований на визначений тип сайтів. Деякі з них гарантують власнику сайту можливість гнучкої настройки і видалення інформації на веб-сайті. Такі керуючі програми зветься системами керування вмістом (CMS). Веб-сайти містять підрозділи, орієнтовані на ту або іншу аудиторію. Такі розділи зветься версіями сайту. Аудиторія розрізняється за видом застосовуваного обладнання, вживаного аудиторією. Приміром, відомі так звані мобільні версії сайту, призначені для роботи з ними із застосуванням телефона. Веб-сайти мають мовні версії (україномовна, російськомовна та інші)[16, с. 47].

Інтернет розрізняє вхідні джерела по доменах, на котрих ці веб-сайти розміщуються. Це означає, що на кожен ресурс має бути єдине, як мінімум, ім'я. В мережі досить велика кількість сайтів, на які проводять відразу кілька імен. Ці імена зветься напрямленими на одну папку. Інтерес формування особистих веб-сайтів нині очевидний. Наявність сайту компанії в Інтернеті істотно розширює сферу розшукування нею клієнтів. Більш того, організація з сайтом має значно більшу вагу і значно більшу популярність. Закономірно, що веб-сайти нині зветься й інтернет -установами окремої особи чи цілої компанії.

Раніше більшість сайтів являли собою сукупність показників (це міг бути, так би мовити, сайт-візитка), але в міру того, як активно діяли комунікації, кількість адрес, внутрішніх і зовнішніх стало збільшуватися. Іншими словами,

сайт став не тільки реалізовувати функцію довідки, але і поволі став перебудовуватися у віртуальний бізнес-центр. Розвиток сайтів увійшов в мережу як окрема індустрія, яка постійно стає все більш об'ємною і вимагає великого професіоналізму[15, с. 139].

Кожна сторінка веб-сайту має свою Інтернет -адресу, котра складається з адреси сайту і імені файлу, відповідного даній сторінці. Таким чином, веб-сайт – це інформаційний ресурс, який складається із об'єднаних між собою гіпертекстових документів (веб-сторінок), розміщений на веб -сервері, та має індивідуальну адресу. Зайти на веб-сайт має можливість будь-яка особа, у якої є комп'ютер, підключений до Інтернету.

Веб-сайт виконує такі основні задачі: - реклама продукції, сервісу, ідей. Правильно створений веб-сайт із легкістю нашоухне клієнта до рішення про необхідність покупки товару, чи сервісу, ідей, які популяризуються на ньому; - продаж товарів, сервісу, інформації, ідей. У сучасних людей немає зайвого часу для ходіння по магазинах. З'явилась можливість замовляти товари і послуги, не відходячи від комп'ютера.

Це ще більше розширює можливості клієнта, і продавця;

- безоплатне надавання інформації чи послуг. Насправді надавання інформації чи послуг – це засіб приєднання відвідувачів до цього ресурсу для набуття статистичної інформації;

- підтримка клієнтів. В деяких дослідженнях існують певні розбіжності у трактуванні таких понять, як: веб-сайт, веб-сторінка та Інтернет. В. Бородаєв визначає найбільш коректні варіанти для тлумачення термінів, «веб-сайт, котрий складається з веб-сторінок, є головною частиною інформаційної будови Інтернету. У той час сам Інтернет є інформаційним простором з навігаційною системою, де користувач пересувається за допомогою активізації гіперпосилань»[16, с. 48-49].

Описуючи сучасні концепції та підходи до розроблення веб-ресурсів, необхідно виділити варіанти класифікації ресурсів, оскільки класифікація впливає як на вибір графічного рішення, так і на інформаційну структуру веб-ресурсу в цілому. Сучасні дослідники пропонують різноманітні версії

класифікацій веб-сайтів, але чіткого варіанту за притаманними їм ознаками не існує. В. Бородаєв пропонує збірну класифікацію, яка враховує специфічні особливості веб-сайту: інформаційне насичення, графічний та ілюстративний матеріал, ступінь інтеграції з іншими технологіями. Ця збірна класифікація за В. Бородаєвим виглядає так: «персональні веб-сайти та сторінки, рекламні та іміджеві, веб-сайти організацій та підприємств, інформаційні, розважальні, пошукові веб-сайти»[15, с. 140].

При такій класифікації можна виділити загальні та конкретні для кожної категорії вимоги до структурної та графічної будови веб-сайтів. За результатами досліджень С. Круга та Я. Нільсена можна окреслити загальні структурні аспекти будови веб-сторінок. До них слід віднести: логотип, деталі навігації, методи пошуку, заставку, вибір мови, інформаційне поле.

Дослідження свідчать, що більшість веб-сайтів у своїй основі містять таку ключову морфологічну структуру, яка складається з головної сторінки (домашня, *some-page*); сторінки чи розділу першого рівня (переважно адреси на них містяться на навігаційній панелі домашньої сторінки, присутні на всіх сторінках та відносяться до так званої глобальної навігації); сторінки другого та наступних рівнів, які збільшують або додають інформацію головних розділів та за релевантністю підпорядковуються сторінкам попереднього рівня.

Діяльність по формуванню веб-сайту складається з таких етапів: інформаційне проектування, візуальний вигляд і програмування. Інформаційне проектування передбачає проектування веб-сайту та організацію інформації у найбільш зручній для користувача формі, візуальний вигляд, графічний вигляд та ілюстрування, а програмування – програмне застосування всього веб-сайту. Я. Нільсен виділяє такі головні задачі при створенні модернізованого веб-сайту, як простота та зручність у використанні[15, с. 141].

Схема навігації має бути такою що дозволяє віднайти ту інформацію, яка потрібна. Це пояснюється тим, що споживач ніколи не буде користуватися сайтом, якщо він не сформований відповідно до його потреб. З усього робимо висновок, що в сфері формування веб-ресурсів техніка передового дизайну

втілилась в таких принципах, як загальнодоступність веб-сайтів, застосування типових мов програмування, масштабованість, мобільність, лаконічність, адаптивність та екологічність.

Ідею загальнодоступності веб-ресурсів західні дослідники порівнюють з біологічними системами, які є різноманітними та результативними на протязі довгого часу. На такі ж категорії вони радять орієнтуватися і при створенні новітніх веб-сайтів. Основна ідея – «формування таких веб-сайтів, які б підпорядковувалися своїй меті довгий час без суттєвої негативної дії на його власника чи споживачів. Вони мають бути доступні та корисні для всіх, незалежно від типу операційної системи комп'ютера споживача, технічного потенціалу монітора та типу підключення до мережі Інтернет»[16, с. 49].

Ці ідеї одержали втілення в таких тенденціях, як, ступеневий перехід від Flash-технологій до більш новітніх CSS3 та HTML. Вони гарантують більшу гнучкість потенціалу розробників та спорідненої єдності даних, малюнків, відео та аудіо, які відображаються на швидкості формування ескізів при створенні веб-сайтів. При формуванні веб-сторінок застосовують відкритий формат шрифтів для веб, що здійснюється за допомогою програми WOFF (Web Open Font Format). Завдяки цій технології вдається швидко завантажувати необхідний шрифт та оформляти текстовий контент веб-сторінки.

Масштабованість полягає в проектуванні сайту таким чином, аби він мав якісний вигляд на монітор ахрізного розміру – ноутбук, планшет чи мобільний телефон. Для практичного втілення цієї мети застосовують спеціальний тип верстки – так званий *responsivewebdesign*, який в перекладі означає «реагуючий», «чутливий»[15, с. 142].

Суть цього типу верстки полягає в тому, що при допомозі новітніх програм, таких як JS, CSS та HTML5, формуються такі веб-сайти, які здатні самостійно «встановлювати» розмір екрану відтворюючого пристрою та відображати сторінку в оптимальному вигляді, змінюючи розмір, розміщення та вміст елементів. Таким чином відпадає необхідність в допоміжних програмних продуктах, та утворюються передумови для адаптованості та мобільності веб-сайту. Орієнтація на адаптивність та практичність в новітніх

технологіях призводить до зміщення акцентів на сприйнятливості технічних засобів до сенсорики. Це змушує створювати такі навігаційні схеми, які підкоряються дотику пальців, в результаті чого змінюються й інші показники структури веб-сайтів, споріднені з цією характеристикою.

Для того щоб швидко мати необхідну інформацію, популярними стають односторінкові сайти, які зручні у користуванні. Застосування однотипних мов програмування разом з новітніми стандартами типу POSh та інших мікроформатів дає можливість формувати веб-сайти, які збільшують можливості участі самих користувачів в створенні та реструктуризації веб-ресурсу, таким чином гарантуючи його мобільність. Буває так, що «повторне використання» має тільки декілька задіяних частин, через що кількість кодувань на сайті використовується повторно[15, с. 142-143].

Крім того, одним з проявів «повторного використання» фігурують інтеграційні процеси з соціальними мережами у вигляді того, що цілі блоки плагінів, опис продуктів, контактна інформація, зразки для коментарів які просто скопійовані та перенесені в будь-яку соціальну мережу. Термін «переробка» стосується таких параметрів, як застосування шаблонів конструювання, завдяки чому змінюються коди зображень та текстових наповнень на основі параметрів які були перед тим задані. Крім того, рекомендуються й такі радикальні способи в збільшенні екологічної складової, як лімітування застосування визначених кольорів в графічному оформленні сайтів з метою енергозбереження при перегляді таких сторінок.

Отже, ґрунтуючись на дослідженнях в галузі екології, які показали, що цифрові носії інформації та їх експлуатацію не варто відносити до екологічних, оскільки для їх функціонування використовується електроенергія, яка видобувається не тільки з відновлюваних джерел, рекомендується формувати веб-сайти зі зниженим розміром графічних малюнків, очистивши від непотрібних кодувань. В оформленні сайтів все частіше присутні елементи живої природи, які застосовуються не тільки при побудові споріднених за тематикою сайтів, але й в інших розділах Інтернету. Ці елементи застосовують

різними способами – або використовують в декоруванні фону у вигляді стилізованих пейзажів, або створюють на їх основі заголовки чи іконки, застосовуючи природні кольори та рослинні фрагменти або ж ввівши їх наскрізно в усі елементи графічного дизайну веб-сайту.

Аналіз специфіки техніки передового дизайну при створенні веб-ресурсів дає можливість виділити як «плюси», так і «мінуси» цієї техніки. Схвальним вважається бажання веб-розробників, які діють в напрямку зменшення перевантаження веб-сайтів надмірною кількістю графічного матеріалу та Flash-технологій, що дає можливість формувати більш доступні веб-ресурси, які застосовуються незалежно від типу браузера та швидкісних характеристик мережі Інтернет, формувати максимально сумісні та адаптовані до інших мобільних пристроїв веб-сайти, за допомогою автоматичного масштабування веб-сторінок, зосереджувати головну змістовну інформативну частину на першій сторінці сайту, яка спрощує виявлення потрібної інформації для споживача[15, с. 144].

## **2.2. Основні підходи до покращення і розвитку веб-сайтів**

Початок ХХІ ст. характеризується стрімким розвитком науки та техніки. Це зумовлено неабияким пришвидшенням науково-технічного прогресу, який став наслідком науково-технічної революції, та почався з середини ХХ ст. Для забезпечення стрімко зростаючих потреб науки у швидкості та якості обробки інформації, у першій половині ХХ ст. були побудовані перші електронно-обчислювальні машини[15, с. 161].

Проте самі по собі електронно-обчислювальні машини не забезпечували потреби науковців у якісно новітніх механізмах організації спільної роботи над інформацією та швидкості доступу до неї. Переорієнтація наукової практики від індивідуальних наукових досліджень до колективних, спричинила необхідність створювати такі механізми. У 1960 році у статті «Симбіоз людини та комп'ютера» психолог Джозеф Ліклайдер подав ідею яким чином можна вирішити це завдання[16, с. 50].



Джозеф Ліклайдер порекомендував об'єднати електронно-обчислювальні машини у мережу, яка б дозволяла ефективніше зберігати і застосовувати інформацію. З часом таку ідею втілили на практиці. У 1969 році в Управлінні з перспективних наукових досліджень Міністерства оборони США розробили мережу в якій об'єднали чотири електронно обчислювальні машини. Ця техніка знаходилась у Каліфорнійському університеті в Лос-Анджелесі, Каліфорнійському університеті в Санта -Барбарі, Дослідницькому університеті Стенфорда та Університеті штату Юта. Вся робота здійснювалась у межах реалізації мережі ARPANET. Фізичне об'єднання електронно-обчислювальних машин в інформаційні мережі дозволило організувати обмін даними між ними, але не дозволило підвищити рівень організації самої інформації.

Над створенням нового механізму формування інформації працював американський науковець Венівар Буш. У своїй статті 1945 р. «As We May Think» він першим подав ідею збереження і пошуку документів при допомозі асоціативних зв'язків – нині така технологія називається «гіпертекст». Суть її полягає у тому, що інформаційний об'єкт, створений на основі цієї технології, являє собою сітку взаємозв'язків [16, с. 50].

У якості вузлів цієї сітки, або частин гіпертексту, фігурують текстові, графічні, аудіо, відеодані, а також – документи. Завдяки цим зв'язкам відтворюються матеріали у будь-якому порядку, формуючи різні лінійні послідовності частин гіпертекстових документів. Тед Нельсон першим ввів термін «гіпертекст».

Це відбулось у 1965 році. Цей термін застосовують для документів з нелінійною структурою на противагу лінійній структурі традиційних документів (текстових, аудіо-, відео, а саме, фільмів) та книг, журналів, газет. Під «гіпертекстом», – писав Нельсон, – «я розумію нелінійний запис. Зазвичай процес письма відбувається лінійно з наступних двох причин.

По-перше, тому, що він є похідним від мовлення, яке не може бути непослідовним (так як для цього є лише один канал), і, по-друге, тому, що

книги незручно читати інакше як послідовно. Саме думки формують структури, які не є послідовними – вони пов'язані всілякими переходами».

Вагомою стадією розвитку засобів документування інформації стало запровадження сукупності технологій під спільною назвою Web 2.0. Фактично відбулась еволюція від одноосібного формування та підтримки веб-сайтів до колективної праці над ними. Концепція Web 2.0 – це методика проектування електронно-інформаційних ресурсів, яка за допомогою мережевих взаємодій стає тим кращою, чим більше людей нею користується. Особливістю Web 2.0 є принцип приєднання користувачів до наповнення змістовної частини веб-сайтів[16, с. 51].

Як приклад наведемо інформаційний портал «Вікіпедія» (<http://www.wikipedia.org>), де кожен споживач має можливість створити веб -сторінку методами які вбудовані у портал, і кожен споживач має можливість змінювати розташований на цьому інформаційному порталі матеріал. Але можливості, які надає концепція Web 2.0, набагато ширші.

У рамках цієї концепції існують спеціальні мережеві ресурси, які надають споживачам інтуїтивно зрозумілі інструменти. За допомогою цих інструментів створюють та розміщують у мережі Інтернет власні веб-сайти з конкретного переліку заздалегідь розроблених складових (шаблонів), комбінуючи їх за особистим бажанням. Така конструкція сайту не потребує спеціальних навичок в галузі програмування. Подібні інструменти надають своїм споживачам такі ресурси, а саме: uCoz, Google Sites, Hostenko. У межах концепції Web 2.0, створено велику кількість веб-сайтів, які дають можливість завантажувати, зберігати та надавати доступ в мережі Інтернет до друкованих та аудіовізуальних документів. На практиці це важливо для споживачів, які не мають бажання себе перевантажувати знанням принципів веб -програмування, але можуть за необхідності розмістити на веб -сайті, наприклад, відео-галерею.

Тоді правовласник розміщує свої аудіовізуальні документи на іншому веб-сайті, наприклад, на [www.youtube.com](http://www.youtube.com), а у особистий веб -сайт копіює елемент програмного коду, що наданий [www.youtube.com](http://www.youtube.com). Це дає можливість

відтворювати ці документи у особистих електронно-інформаційних ресурсах так, ніби вони є складовою частиною останнього[15, с. 162].

Щодо захисту контенту від несанкціонованого копіювання слід виділити наступне. На початку свого існування мережа Інтернет розвивалась ентузіастами, які, застосовуючи прості засоби програмування, створювали електронно-інформаційні ресурси здебільшого для задоволення особистих естетичних та соціальних потреб, без обмеження доступу до них. Проблеми захисту контенту не стояло взагалі. Навпаки, чим більша кількість користувачів ознайомлювалась з інформацією, тим більше схваленень мав правовласник.

Але з часом, беручи до уваги переваги, які надає мережа Інтернет, вона почала досліджуватись, як сфера для ведення та підтримки бізнес-процесів. Приєднання до мережі Інтернет користувачів, орієнтованих на неї, як на інструмент персонального збагачення, направляли інвестиції у цей сегмент. Намагання забезпечити такі інвестиції привело до зміщення пріоритетів, які ставились при розробці засобів документування, надання доступу та відтворення інформації. На перше місце, серед інших, почала висуватись потреба у захисті контенту[15, с. 162].

Це пояснюється тим, що найважливішим фактором стало позиціонування у пошукових системах. Саме від цієї позиції залежить кількість потенційних відвідувачів електронно-інформаційних ресурсів. Місце у рейтингу пошукових систем, насамперед, залежить від унікальності контенту та швидкості його оновлення.

Тому для правовласників веб-сайтів однією з проблем є перекопіювання текстової інформації чи використання аудіовізуальних документів, розміщених на електронно-інформаційних ресурсах, іншими ресурсами мережі Інтернет. Така проблема пов'язана з питанням визначення першоджерела задокументованої інформації. Ще одним з важливих питань є питання захисту контенту, що стоїть для правовласників, які націлені на популяризацію продуктів своєї діяльності (науковці, письменники, художники, фотографи, дизайнери і т.д.) за допомогою особистого веб-сайту, чи надання продуктів

інтелектуальної власності в комерційне користування, наприклад, розміщуючи їх на спеціалізованих інформаційних ресурсах[15, с. 163-164].

Веб-сайти такого типу містять текстові та аудіовізуальні документи, на які розповсюджується законодавство про захист авторських прав їх власників. Такі ресурси створені самими правовласниками, або за їх кошт. Тому вони зацікавлені у захисті особистих інформаційних об'єктів від несанкціонованого копіювання конкурентами, які мають намір скористатися таким контентом для особистого поліпшення недобросовісними користувачами, які прагнуть уникнути плати за користування потрібним їм контентом.

### РОЗДІЛ 3.

## ВЕБ-САЙТ ЗВО – ЯК НОВІТНІЙ ЗАСІБ КОМУНІКАЦІЇ

Сучасне суспільне життя все частіше називають інформаційним, оскільки багато процесів, явищ та подій пов'язано з використанням інформації та інформаційними технологіями. Людство розвивається на шляху створення інформаційного суспільства, тобто такого суспільства, основною ознакою та якісними параметрами якого є особлива роль знань і побудованих на них технологій, домінування інформації, пришвидшення технічного прогресу, зменшення частки матеріального виробництва у валовому суспільному продукті, розвиток сфери послуг, підвищення якості життя[17, с. 29].

Однією з важливих сторін суспільного життя є освіта, яка в контексті інформаційного суспільства набуває закономірного та вирішального значення, оскільки інформаційне суспільство і є суспільство знань. Україна нарівні з іншими країнами світу також стоїть на шляху створення нового типу суспільства, тому на сьогодні 213 Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації вже існує певна нормативно-правова база, що регулює питання інформаційної сфери країни. Вона складається з таких Законів України:

«Про інформацію», «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства на 2007–2015 роки», «Про Концепцію національної програми інформатизації», «Про Національну програму інформатизації», «Про науково-технічну інформацію», «Про інформаційні агентства», «Про внесення змін до деяких законів України за результатами парламентських слухань «Проблеми інформаційної діяльності, свободи слова, дотримання законності та стан інформаційної безпеки України», «Про захист інформації в автоматизованих системах», «Про електронний цифровий підпис», «Про електронний документ та електронний документообіг» тощо[17, с. 30].

Освіта, як й інші сфери життя сьогодні розвивається на основі можливостей інформаційних та інтернет технологій. Інформаційні технології

дають змогу вдосконалити внутрішню роботу вищого навчального закладу (далі – ВНЗ) та процес навчання студентів, допомагають підвищити імідж та комунікацію ВНЗ з його цільовою аудиторією (студентами, абітурієнтами). Інтернет є дуже потужним засобом, що дозволяє значно розширити аудиторію відвідувачів, а сайти окрім інформаційної та комунікаційної функцій виконують також іміджеву функцію і підвищують престиж ВНЗ[17, с. 31-32].

### **3.1. Художньо-комунікативні особливості веб -сайту**

Актуальність поставленої проблеми зумовлена тим, що не зважаючи на велику кількість наукових праць, присвячених різним аспектам проектування веб-сайтів, зокрема таких авторів як С. М. Бердишев, А. А. Беляєв, Ю. С. Зінченко, Д. Кірсанов, Я. Нільсен та ін., поза увагою вчених залишилася недостатньо розкритою проблема художньо-комунікативних особливостей веб-сайтів. У багатьох випадках аналіз ефективності сайту зводиться до розглядання однієї з двох його сторін: функціональної або естетичної.

Функціональною стороною є сервіс, який надає сайт, а естетичною – його зовнішнє оформлення. І на основі цього людям властиво наділяти більшою цінністю якусь певну сторону, про що і говорить Д. Берд: «Існують дві основні точки зору, ґрунтуючись на яких судять про те «хороший» або «поганий» дизайн веб-сайту. Одна з цих позицій чітко орієнтована на зручність використання, тобто на зручність представлення інформації і на ефективність самого сайту. Є також чисто естетична точка зору, пов'язана безпосередньо з художніми достоїнствами і візуальною привабливістю дизайну»[18, с. 5-6].

Але все ж таки, ефективність сайту залежить як від його функціональної зручності, так і від його естетичного оформлення, пропорційне співвідношення яких залежить від призначення сайту, і саме на важливості обох підходів акцентує увагу Д. Берд: «Деякі надмірно захоплюються естетикою і графікою, забуваючи про користувача, а адепти функціонального підходу всю увагу приділяють користувальницькому тестуванню, випускаючи з уваги візуальну красу. Щоб знайти підхід до людей і розбудити в них інтерес, необхідно

максимально використовувати обидва підходи найважливіше пам'ятати про те, що дизайн це комунікація.

Якщо ви створите сайт, який добре працює, на якому зручно подається інформація, але який некрасиво виглядає або не поєднується з брендом клієнта, ніхто не захоче користуватись таким сайтом. Аналогічно, якщо ви зробите гарний сайт, який буде погано доступний або незручний у використанні, відвідувачі не стануть на нього заходити. Дійсно, всі функціональні елементи на готовому сайті повинні працювати як єдиний згуртований механізм»[17, с. 6].

Отже, функціональна та естетична сторони веб-сайту призначені ефективно допомагати одна одній, щоб веб-сайт загалом справив добре враження на користувача. А суперечка щодо того, яка зі сторін має більше значення є безпідставною і залишає по собі більш значиму проблему: на сьогодні не визначено умов формування професійних складових у веб -дизайні, не виявлено критеріїв і рівнів співвідношення її складових – базових художньо-комунікативних особливостей з огляду на нові вимоги у цій галузі. На сучасному етапі розвитку людства, коли воно вже увійшло в інформаційну епоху, користування Інтернетом стало повсякденною справою для багатьох людей[17, с. 33].

А оскільки однією з основних складових інтернет -простору є веб-сайти, то важливого значення набуває те, яким чином вони спроектовані, адже від цього залежить їх здатність задовольняти велику кількість певних людських потреб. Веб-сайт є певним засобом комунікації між його автором та користувачем, і, зважаючи на цю його особливість С. А. Матвєєва дає визначення сайту: «Сучасний сайт є сукупністю веб-сторінок, розташованих у певному порядку, зміст яких оформлено у вигляді комбінації мовленнєвих творів (найбільш вагома частина сайтового простору), елементів графіки, відео, звуку, динамічного образу, мультиплікації тощо. Ця сукупність розуміється нами як динамічна єдність: основні функції кожного з її елементів різні, однак здебільшого підпорядковані загальній меті: передаванню поданої на сайті

інформації з одночасною реалізацією авторських комунікативно-прагматичних настанов[17, с. 34].

Саме ця ознака насамперед дає змогу розглядати сайт як дискурс, у зв'язку із чим пропонується власне розуміння сайту як гіпертекстового утворення електронної комунікативної діяльності (твору), що перебуває в постійній динаміці та є реалізованим у сукупності взаємозалежних (тематично, семантично, інтенціонально, фізично) веб -сторінок». Комунікативні якості веб-сайту взаємодіють з його художніми якостями і їх загальне поєднання визначає ступінь ефективності сайту. І, зважаючи на це, О. Г. Яцюк розглядає основні принципи ефективного веб-дизайну, наводячи основні вимоги до веб-сайтів:

- практичність (можливість допомагати користувачам у вирішенні певних завдань);

- зручність (здатність швидко знаходити потрібну інформацію, наочність і зрозумілість);

- візуальна привабливість (естетичність, грамотна композиційна організація сторінок, гарне поєднання кольорів, стильність).

Також науковець пояснює, які функціональні та естетичні характеристики веб-сайту є важливими для того, щоб він був зручним та привабливим для користувача: «Сайт повинен бути функціональним, а одна з основних функцій – швидкий пошук[20, с. 171].

Для його організації необхідні ясні імена посилань, логічне угруповання кнопок, чіткі заголовки, сторінок, узгоджені елементи навігації». «Слід добре продумати максимально зручні переходи по сайту, передбачити форми зворотного зв'язку. Наприклад, пошук по каталогу на Web-сторінці може здійснюватися за допомогою ключових слів, що вводяться у верхньому полі. Не варто робити навігацію занадто складною. Користувач може заплутатися в лабіринтах переходів від однієї сторінки до іншої. По-справжньому хороша та навігація, яку не помічаєш.

Чи зручний інтерфейс, чи гарна система навігації, яка швидкість роботи – все це стане зрозумілим тільки після того, як відвідувач почне працювати в мережі, але в першу чергу необхідно «заманити» його на сайт. Зовнішнє



оформлення сторінки повинно притягати і якомога довше утримувати увагу відвідувача. Естетичний зовнішній вигляд і грамотний підбір кольорів роблять сторінки більш привабливими і помітними, зміцнюють зв'язки з користувачами і забезпечують повторне звернення на Вашу адресу в Інтернет[20, с. 172].

Для того щоб правильно вибрати стиль і характер графічного вирішення сайту, потрібно зрозуміти, яка потенційна аудиторія, хто основний користувач: його місце проживання, вік, стать, мова спілкування, рівень технічної підготовки, звички, уподобання в одязі, улюблені види відпочинку. На основі цих відомостей і створюється візуальний ряд Web-сторінок. «Для більшості сайтів можна виділити кілька типів користувачів, і у кожного з них зовнішній вигляд сторінок повинен викликати, як мінімум, позитивну реакцію».

Незважаючи на те, що всі веб-сайти мають свої специфічні риси, загалом всі вони підпорядковані спільній структурі, і саме на цьому наголошує Д. В. Бородаєв, визначаючи основні елементи веб-сайту: «Дослідження показало, що всі веб-сайти у своїй основі мають подібну структуру. Їх базова морфологічна структура складається з головної сторінки («домашня», homepage); сторінки або розділу першого рівня (зазвичай посилання на них містяться на навігаційній панелі домашньої сторінки, присутні на всіх сторінках та відносяться до так званої глобальної навігації); сторінки другого та подальших рівнів, які розширюють або доповнюють інформацію основних розділів та за релевантністю підпорядковуються сторінкам попереднього рівня. Узагальнюючи результати досліджень С. Круга, М. Ван Валі, Я. Нільсена, Д. Віна, можна визначити основні елементи, без яких неможлива побудова веб-сторінок. «До них слід віднести: логотип, елементи навігації, засоби пошуку, вибір мови, заставка, інформаційне поле»[20, с. 172-173].

Розташування всіх графічних елементів веб-сайту найбільш раціональним чином сприяє забезпеченню максимальної зручності користування ним, і тому Д. В. Бородаєв акцентує увагу на важливості застосування модульної сітки в процесі створення веб-сайту: «Процес розташування на веб-сайті інформації та основних графічних елементів, (логотип, навігаційна панель, вікно пошуку,

можливість вибору мови, якщо це передбачено, рекламних банерів тощо), спонукає дизайнера до логічного структурування всіх елементів на веб-сторінках відповідно їх значущості. Визначаючи стратегію розташування складових елементів веб-сторінок, дизайнер зіштовхується з необхідністю створення системи, яка дозволяє їх композиційно впорядкувати.

Таким стратегічним інструментом є модульна сітка як сторінки, так і всього веб-сайту. На засадах аналізу сучасної теорії та практики веб-дизайну для забезпечення естетичних та функціональних якостей при створенні веб-сайту визначена необхідність застосування модульної сітки. Сама інформаційна структура веб-сторінки створює елементарну модульну сітку, необхідну для ототожнення веб-сторінки та мінімального структурування інформації, яка міститься на ній[17, с. 35].

При розгляді питань навігації та основ інформаційного проектування було з'ясовано, що інтерфейс веб-сторінки має допомогти користувачу отримати відповідь на три фундаментальних питання навігації: «Де я знаходжусь?», «Де я вже був?», «Куди я можу піти?». Відповіді на такі питання знайшли своє відображення у типовому для інтернету дизайні сторінки, що отримав назву «трипанельний макет». Кожному з цих питань повинні відповідати певні елементи, розташовані на веб-сайті. «Використання таблиць у проектуванні веб -сайтів дає дизайнеру гнучкий інструмент, що дозволяє не тільки створювати складні композиції, а й уникати різноманітних обмежень, зумовлених специфікою веб -середовища».

Ще одним автором, який наголошує на важливості максимальної зручності веб -сторінки для користувача, є С. Круг: «Цей принцип означає, що в тій мірі, наскільки цього можна досягти, веб-сторінка має бути максимально простою, зрозумілою і «самоочевидною». Іншими словами, я повинен відразу «схопити» її – зрозуміти, що на ній і як нею користуватися без витрати яких-небудь зусиль». К. Клонінгер також підкреслює важливість цілісної структури веб-сайту: «Для того, щоб створити успішний сайт, також потрібний соковитий матеріал, логічна схема навігації і ретельно продумана архітектура. Крім того,

необхідне чітке розуміння структури для того, щоб привести розрізнені елементи сайту до спільного знаменника і придати йому цілісний характер».

У створенні візуального образу сайту велике значення відіграє композиція, і на цьому акцентує увагу В. П. Молочков: «У дизайні ключовим словом є слово «композиція», тобто з'єднання різних частин в єдине ціле відповідно до якої-небудь ідеї. Як у комп'ютерній графіці, так і в мистецтві взагалі, дуже важливе знання законів композиції. Зокрема, композиція у веб-дизайні – це побудова сайту відповідно до його змісту, характеру і призначення. Композиція «тримає» ваш простір, організовує його і підпорядковує законам композиції[18, с. 9-10].

Композиція – це цілий світ, ціла наука. У цьому світі є свої закони (досягнення стильової єдності, вибір головного композиційного центру, ритм, пропорційність, масштабність, рівновага) і свої прийоми (симетрія-асиметрія; статика-динаміка, контраст-нюанс) та інші». Всі технічні і естетичні аспекти в проектній організації веб-сайту всесторонньо впливають на те, яким чином веб-сайт сприймається користувачем, і, враховуючи це, Д. Берд виділяє деякі значимі такі аспекти: «Одна з найважливіших проблем, що обговорюються у колі фахівців по зручності роботи з сайтами, полягає в тому, скільки часу повинно йти у користувача на пошук потрібної інформації на сторінці.

Причому незалежно від того, чи йде мова про інформаційний фрагмент, про посилання на іншу сторінку або про поле форми, яке необхідно заповнити. Дизайн не повинен бути перешкодою. Він повинен виконувати функцію провідника між користувачем та інформацією». «Основний навігаційний блок повинен бути ясно видний на сторінці. Посилання на кожен його елемент повинне мати зрозумілу інформативну назву.

Недостатньо просто змінити вид покажчика при наведенні його на таку навігаційну панель, слід також вказати активну сторінку або розділ. Так користувачеві простіше зрозуміти, де саме він знаходиться і як потрапити туди, куди йому потрібно. Вторинна навігація, пошукові поля і вихідні посилання не повинні бути домінуючими елементами сторінки. Якщо ми полегшимо пошук

цих елементів і візуально відмежуємо їх від контенту, ми дозволимо відвідувачам зосередитися на інформації і в той же час вони будуть знати, де шукати інший потрібний їм розділ»[18, с. 10].

«Навіть якщо існують корінні відмінності між макетом головної сторінки і макетами решти сторінок сайту, на всіх його сторінках повинні бути витримані загальний стиль або тема, що допомагають сприймати всі сторінки сайту як єдине ціле».

Отже, резюмуючи, відзначимо, що ефективність сайту, тобто його практичність, зручність та візуальна привабливість, залежить від виконання певних умов, до яких відносяться:

- логічне структурування та композиційне впорядкування всіх елементів на веб-сторінках відповідно їх значущості, для досягнення чого визначена необхідність застосування модульної сітки;

- проектування інтерфейсу веб-сайту таким чином, щоб користувач міг зрозуміти, де саме він знаходиться і як потрапити туди, куди йому потрібно в межах даного сайту;

- створення візуального образу сайту з врахуванням такої композиції, яка відповідає змісту, характеру і призначенню сайту;

- витримання загального стилю або теми на всіх сторінках веб -сайту, для того, щоб він сприймався цілісно і гармонійно[18, с. 11].

## ВИСНОВКИ

Отже, аналізуючи дану наукову працю, яка складається з трьох розділі, та підсумовуючи весь вище викладений матеріал можемо зробити наступні висновки:

Сьогодні не можливо уявити собі життя без інформаційно-комунікаційних технологій навіть домогосподаркам та школярам. Ці технології заповнили наше життя, кожного дня з'являється щось нове і вдосконалене, що полегшує спілкування та економить наш час.

Інтернет -комунікація за допомогою веб-сайту є одним із перспективних засобів, які щодня набувають все більшого значення для суспільства. За допомогою веб-сайту, такі сфери суспільства як комерційна та галузь культури мають можливість просувати та популяризувати власні послуги. Це допоможе їм не тільки розвивати власну справу, але й іти в ногу з часом.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 47 готовых решений для создания Web-сайту (+ DVD-ROM) / А. Г. Богданов и др. – М. : Триумф, 2009. – 272 с.
2. 5 найбільш популярних сайтів світу // *Контракти*. – 2010. – 15 лютого (№7). – С. 48.
3. Антоненко В. М. Сучасні Internet-технології : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Антоненко В. М., Терейковський І. А., Терейковська Л. О. – Ірпінь : Нац. акад. ДПС України, 2007. – Ч. 1; Держ. податк. адмін. України, Нац. акад. держ. податк. служби України, Київ. фін.-екон. коледж НАДПС України *Основи Web-дизайну*, 2007. – 204 с. – Бібліогр.: с. 201.
4. Асєєв Г. Методологія підходів до автоматизації документообігу: системи // *Вісн. Кн. палати*. – 2004. – № 6. – С. 17-19.
5. Бездрабко В. Діловодство й управлінське документознавство: послідовність побутування та паралелі співіснування // *Державне управління і право. Зб. наук. праць. У 2-х ч.* / Київ. нац. ун-т к-ри і мистецтв; Ін-т державного управління і права. – К. : 2006. – Вип. 1. – Ч. 1. – С. 156-174.
6. Беляев А. В. Построение навигации для иерархических структур в WEB – системах управления WEB – сайтом / А. В. Беляев // *Автоматика. Автоматизация. Электротехнические комплексы и системы*. – 2008. – № 2. – С. 54-57.
7. Болдовський В. Дефініція та класифікація онлайнного документа // *Вісн. Кн. палати*. – 2003. – № 6. – С. 30-32.
8. Болдовський В. Життєвий цикл онлайнного документа // *Вісн. Кн. палати*. – 2005. – № 8. – С. 30-33.
9. Бородаев Д. В. Веб-сайт как объект графического дизайна. Монография. – Харьков : «Септима ЛТД», 2006. – 288 с.
10. Боряк Г. В., Папакін Г. В. Архіви України і виклики сучасного суспільства: Штрихи до колективного портрета користувача архівної інформації // *Архіви України*. – 2003. – № 1-3. – С. 48-52.

11. Боряк Г. В. «Архіви, Пам'ять і Знання»: Нове гасло «відкритого конгресу» Відкритого суспільства (XV Міжнародний конгрес архівів 23-28 серпня 2004 р., м. Відень, Австрійська Республіка) // Офіційний веб-сайт Держкомархіву України – Режим доступу : [http://www.archives.gov.ua/Problems/XV\\_Congress.php](http://www.archives.gov.ua/Problems/XV_Congress.php).
12. Бурило Юрій. Правовий режим веб-сайту як засобу масової інформації в Україні / Юрій Бурило // Юридична Україна. – 2011. – № 12. – С. 26-30.
13. Вінницька : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vinrda.gov.ua>. – Заголовок з екрана.
14. Вовк О. Б. Методи та засоби підвищення життєздатності веб-сайту як інформаційного продукту: автореф. дис. ... канд. техн. наук: 05.13.06 / Вовк Олена Борисівна; М-во освіти і науки України, Нац. ун-т «Львів. Політехніка». – Львів, 2013. – 20 с.: іл., табл. – Бібліогр.: с. 17-18.
15. Гаевский А. Ю. Самоучитель по созданию Web-сайтов : HTML, JavaScript, DHTML / А. Ю. Гаевский, В. А. Романовский. – 2-е изд. – К. : А.С.К., 2006. – 480 с.
16. Ганзикова Г. Сайт – лицо -учреждения / Галина Ганзикова // Библиотека. – 2010. – № 2. – С. 47-52.
17. Гендін Н. І. та ін. Використання формалізованих методів при підготовці тексту для веб – сайтів установ культури / Н. І. Гендін, Н. І. Кілковий, О. І. Алдохін // Наукові та технічні бібліотеки. – 2008. – № 3. – С. 29-35.
18. Гендін Н. І. Лінгвістичні засоби проектування контенту веб-сайтів / Н. І. Гендін // Наукові та технічні бібліотеки. – 2008. – № 3. – С. 5-14.
19. Гончаренко А. П. Концепція створення термінологічних стандартів у сфері інформації і документації // НТІ. – 2003. – № 3. – С. 20-23.
20. Гусев В. С. Аналитика веб-сайтов : [использование аналитических инструментов для продвижения в Интернет] / В. С. Гусев. – М. : СПб.; К. : Диалектика, 2008. – 175 с.: ил.(Практика реального бизнеса). – Предм. указ.: с. 171-175.