

Освітні мережеві ресурси в галузі журналістики та видавничої справи: особливості змістового наповнення та дизайну

У статті розглянуто поняття мережевого освітнього ресурсу, його важливість для орієнтації студентів в інформаційному просторі, основні вимоги до дизайну та контенту, критерії відповідності освітніх ресурсів стандартам. Подано переваги наявності власного освітнього ресурсу для вузів. Виокремлено важливість взаємодії освітніх ресурсів із соціальними мережами. Визначено спільні та відмінні риси дизайну і контенту досліджуваних освітніх ресурсів київських вузів у галузі журналістики та видавничої справи.

Ключові слова: інтернет-технології, мережевий освітній ресурс, дизайн, контент.

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що повноцінний розвиток системи вищої професійної освіти сьогодні практично неможливий без використання інтернет-технологій, які можуть використовуватися безпосередньо у самому освітньому процесі, в системі управління навчальним закладом та структурними підрозділами.

Інтернет-технології в сучасній освіті надають можливість отримувати інформаційні ресурси для особистої самоосвіти студентів. У сучасному суспільстві від студента, професіонала будь-якої сфери діяльності вимагається не стільки вміння користуватися набутими знаннями у вирішенні проблем, як можливість самостійно набувати нових знань та умінь, а також використовувати раніше отримані знання в реальній та конкретній господарській діяльності [1].

Для орієнтації студентів у освітньому інформаційному просторі створюються сайти навчальних закладів, які можуть надати вичерпну інформацію про самий навчальний заклад, його наукову діяльність, напрями підготовки фахівців, потрібні дані абітурієнтам і студентам, допомоги з організацією заходів різної тематики тощо [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами інформаційно-освітніх середовищ навчання, медіа-освіти, структури та побудови мережевого інформаційного ресурсу, сучасними завданнями інформатизації освіти займалися такі вчені, як: Д. Касаткін, О. Мороз, О. Ясько, О. Романов, М. Топузов та інші.

Мета статті – аналіз дизайну та контенту на предмет відповідності освітніх ресурсів вузів стандартам, виявлення недоліків та переваг досліджуваних об'єктів.

Завдання: 1) описати базові вимоги до дизайну та контенту; критерії відповідності освітніх

мережевих ресурсів вузів стандартам; 2) розглянути й проаналізувати змістове наповнення та дизайн освітніх ресурсів у галузі журналістики та видавничої справи на прикладі кафедр та інститутів київських університетів; 3) виявити спільні та відмінні риси дизайну і контенту досліджуваних освітніх мережевих ресурсів київських вузів у галузі журналістики та видавничої справи.

Методи дослідження: аналіз і синтез, порівняння даних контенту і дизайну мережевих освітніх ресурсів, вивчення спеціальної літератури з програмування та створення мережевих ресурсів, узагальнення результатів, виявлення переваг та недоліків діяльності різних груп розробників інформаційно-освітніх середовищ на прикладі освітніх мережевих ресурсів у вишах.

Емпірична база дослідження (див. Дод.).

- Київський національний університет імені Тараса Шевченка – <http://www.univ.kiev.ua/ua/>;
- Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут» – <http://kpi.ua/>;
- Національний авіаційний університет – <http://www.nau.edu.ua/ua/>;
- Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» – <http://www.vmurol.com.ua/>;
- Київський міжнародний університет – <http://www.kyumu.edu.ua/index.html>;
- Київський національний університет культури і мистецтв – <http://knukim.edu.ua/>;
- Київський славістичний університет – <http://www.ksu.edu.ua/>.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасна парадигма вітчизняної вищої освіти орієнтує на забезпечення варіативності освітніх систем і навчальних закладів, гнучкості та



динамічності освітнього процесу, його адаптації до соціальних умов, запитів населення і роботодавців, широке впровадження у навчальний процес вишів сучасних освітніх технологій, що буде й надалі змінювати характер розвитку, накопичення навчальної інформації та оволодіння нею [3].

Аби зрозуміти *об'єкт* нашого дослідження, треба розглянути поняття мережевого освітнього ресурсу. Так, Д. Касаткін розуміє мережевий освітній ресурс як програмний засіб, що використовується в навчальному процесі для отримання знань студентами, розвитку умінь і навичок їхньої корисної діяльності, представлені в електронному вигляді. Дослідник також подає й інше визначення вченого С. Маслова, який описує мережевий освітній ресурс як структуровану сукупність електронних видань, що використовується в навчанні; засіб організації навчального процесу, консультативну підтримку, супровід баз навчальних матеріалів.

Свою увагу Д. Касаткін також акцентує на тому, що якість освітніх ресурсів характеризується великою кількістю показників, які відображають актуальність матеріалу, його структуру, відповідність вимогам державних стандартів вищої професійної освіти, повноту охоплення видів навчальних занять, оптимальність обсягу матеріалів, що пропонується для навчального процесу [4].

На нашу думку, для того, щоб освітній мережевий ресурс був функціональний, зручний у користуванні та відповідав призначенню, розробникам і системним адміністраторам, конвент-менеджерам належить дотримуватися певних вимог, які чітко сформулював дослідник В. Парненко. Так, на його думку, основними вимогами до освітніх ресурсів є: науковість, доступність, проблемність, наочність, активізація діяльності, адаптивність, інтерактивність.

Науковість полягає в забезпеченні достатньої глибини, коректності та достовірності викладу змісту навчального матеріалу. Доступність означає неприпустимість надмірної ускладненості та перевантаженості навчального матеріалу, за яких оволодіння ним стає важким для студентів. Проблемність полягає у постановці актуальних навчальних проблем, які вимагають вирішення. Наочність і полісенсорність мають місце при використанні чуттєвого сприйняття об'єктів, котрі вивчаються. Адаптивність характеризує пристосованість освітнього ресурсу до індивідуальних особливостей того, хто навчається. Інтерактивність відображає можливість взаємодії студента, який навчається та дістає корисну інформацію за допомогою мережевого освітнього ресурсу [5].

Враховуючи безумовну актуальність об'єкта дослідження, українські та закордонні науковці намагаються віднайти й запропонувати оптимальні чинники, які можуть стимулювати вузи активно підтримувати власні мережеві освітні ресурси. Наприклад, О. Романов так систематизує переваги наявності освітніх ресурсів у навчальних закладах:

- можливість отримати корисну інформацію про університет, кафедру, викладачів, навчальні матеріали тощо;
- дозволяє знизити витрати на public relations за рахунок перенесення акценту з традиційних засобів, наприклад, друкованих матеріалів, на інформаційну форму подання в інтернеті й припускає додатковий сервіс підтримки.
- є важливою ланкою приймальної комісії, що може розміщувати у відповідному розділі інформацію про набір на спеціальності;
- є зручним засобом для створення тематичних спеціалізованих форумів за напрямками наукової тематики кафедри [2].

Вищий навчальний заклад, як установа, відрізняється від решти адміністративних інститутів, оскільки доволі динамічний за своєю природою. Будь-який його складник: чи то навчальна, науково-дослідна діяльність, культурний і позанавчальний бік життя, активно змінюється з плином часу і, відповідно, інформація на сайті, що відображає усі зміни, повинна оновлюватися оперативно.

Для залучення цільової аудиторії освітній ресурс повинен бути змістовний і цікавий відвідувачам, мати чітку тематичну орієнтацію, зручну і швидку навігацію, сучасну організацію пошуку інформації.

Розділи освітнього ресурсу зазвичай відображають структурні елементи закладу і висвітлюють основні напрями роботи. Такими елементами є: підрозділи факультетів, кафедр; підрозділи служб, відділів та організацій, таких як: бібліотека, науково-дослідна частина, міжнародний відділ; підрозділи науково дослідницької роботи: конференції, публікації, виступи, захист наукових робіт; викладацький склад із найбільш повним змістом відомостей про викладачів, дисципліни, які вони викладають, науково-дослідну роботу та публікації; підрозділи про спеціальності, дисципліни, дипломи; магістратура, аспірантура навчального закладу; підрозділи для студентів, що розробляють розклади занять, графіки роботи наукових центрів, студентських організацій, центрів тестування; підрозділи про можливості підвищення кваліфікації за різними напрямками [5].

Головна сторінка сайту є його своєрідним обличчям. Охайне, без зайвих елементів представлення головної сторінки переважно відпові-



дає статусу вузів. Але при цьому занадто виважений інтерфейс, систематизований та однаковий, може відлякувати цільових відвідувачів. Офіційність викладу інформації є логічною, але не завжди слугує залученню читачів чи користувачів.

Нова інформація, розміщена у веб-ресурсі, повинна залучати максимальну кількість користувачів. Для цього рекомендується розміщувати анонси, банери, посилання на головній та основних сторінках сайту. Це просуває сайт у списку, оскільки чим частіше додається та оновлюється контент, тим кращою стає відвідуваність. Пошукові системи піднімають рейтинг сайту, що також привертає увагу цільового користувача.

На сьогоднішній день просування сайту в соціальних мережах – одна з найнеобхідніших передумов для успішної роботи некомерційного інтернет-проекту, адже інтерес до соціальних мереж з кожним кроком зростає, а для безкоштовних сайтів, таких як мережеві освітні ресурси, – це чи не єдина можливість привернути увагу потенційних абітурієнтів, студентів, випускників, пересічних читачів до діяльності та пропозицій інститутів і кафедр. За допомогою прямого діалогу з потенційним користувачем можна отримати активний зворотний зв'язок і змогу дізнатись про сильні та уразливі сторони продукту.

З погляду взаємодії електронних освітніх ресурсів і соціальних мереж має бути реалізовано взаємодію платформ у плані авторизації, редагування та оптимізації контенту користувачами. Не повинно бути жодних перешкод для студентів із переміщенням контенту, який їх цікавить, у сторінку на Facebook або Google: методички, навчальні посібники, документація для лабораторних робіт і просто інформативні документи мають бути легкодоступні користувачеві. Реалізація такого рішення дасть змогу залучити як постійних відвідувачів навчального закладу, так і генерувати новий трафік на основі соціалізації окремо взятого студента, відвідувача, гостя сайту.

Запуск персонального профілю в кожній соціальній мережі дасть змогу збільшити відгук серед студентів, абітурієнтів та осіб, просто охочих співпрацювати з навчальним закладом. Наприклад, відгук од відвідувачів з таких мереж, як Twitter, Facebook, VKontakte, цілком може змагатися з часткою пошукового трафіку навчального закладу. Пошуковий трафік сайту формується з безлічі чинників сайту: зміст матеріалу, легкість доступу до нього з головної сторінки сайту.

Не менш важливим для освітнього ресурсу є дизайн, який впливає на імідж, формує атмо-

сферу для користувачів, асоціації стосовно установи. Недостатньо продуманий дизайн, який не відповідає сучасним тенденціям, може погано позначатися на іміджі установи, яку він представляє.

Так, дослідник В. Парненко розглядає базові вимоги до дизайну сайтів та критерії відповідності освітніх ресурсів стандартам, які сприяють ефективному користуванню і побудові позитивного іміджу. Найважливіші з вимог до дизайну сайтів такі: цілісність інтерфейсу; легкість читання тексту; ергономічність графічних елементів; коректність компонування сторінок за умов різного розміру екранів у різних користувачів; специфіка вузів, що відображається на змісті сайту; витриманість стилю; вплив сучасних тенденцій web-дизайну. Освітні ресурси як окрема тематична категорія мають також критерії відповідності стандартам, наприклад, такі:

1) критерії оцінки інтерфейсу: «читабельність» шрифтів; підсвічування посилань; наявність «неклікабельних» малюнків; раціональність використання простору; відео має відображатися коректно;

2) критерії оцінки бізнес-логіки: назва посилань; наявність «точки входу» і «кнопки повернення»; місце розташування користувача; зручність реєстрації;

3) критерії оцінки інформації: стислість і простота розуміння;

4) критерії оцінки навігації: коректність роботи навігації; зручність навігації;

5) критерії оцінки головної сторінки: зміст головної сторінки [5].

Елементи, перелічені вище, – своєрідна форма змісту сайту.

Основа освітнього мережевого ресурсу – це змістове наповнення (контент). Контент – інформаційне наповнення сайту: тексти, ілюстрації, інтерактивні елементи, впорядковані відповідно до заздалегідь розробленої структури сайту. Становить основу будь-якої інтернет-сторінки, незалежно від її мети та призначення.

Важливі критерії контенту: доступність, актуальність, значимість, і достовірність розміщуваних даних, а також відповідність контенту цілям для його пошуку. Унікальний контент – контент, який не має аналогів на сайтах схожої тематики або розміщується на сайті з дозволу правовласника, охороняється законом про авторські права.

Матеріали, що розміщуються, насамперед повинні бути цікавими відвідувачу: гарне, але витримане оформлення, наявність перехресних посилань, мультимедійний контент – усе на користь залучення відвідувачів. Для привернення уваги використовують: перелінковку матеріа-



лу, побудову чіткого семантичного ядра наповнення. Обов'язковим є контроль усього матеріалу, який виконується спеціалізованим ПО або засобами CMS. Важливим є захист сайту від несанкціонованого доступу та використання виділених ресурсів веб-сервера не за призначенням.

Чим частіше оновлюється контент сайту, тим цікавіший та корисніший він стає для користувачів. Контент, що динамічно оновлюється, зумовлює правильну побудову відносин з користувачами мережевого ресурсу, сприяє його просуванню та зміцненню позицій в пошукових системах інтернету. Для цього створюються розділи зі статтями, новинами та іншими публікаціями, тематика яких є найважливішим критерієм при розробці кампанії просування і стратегії розвитку мережевого ресурсу.

Оскільки нас цікавить контент освітніх мережевих ресурсів, доречно навести перелік В. Парненко щодо тематичних елементів контенту саме освітнього мережевого ресурсу:

- структурований масив предметно-орієнтованих наукових, навчальних, навчально-методичних матеріалів та засобів;
- змістовні модулі навчання у вигляді тематичних рубрикаторів за напрямками освіти;
- форми і методи оцінювання та самооцінювання знань у вигляді тестів;
- показники оцінювання освітнього потенціалу у вигляді еталонів;
- довідкова система у вигляді електронних каталогів, електронних бібліотек, баз даних, репозитаріїв, порталів [5].

Розглядаючи основні теоретичні засади розробки дизайну та контенту мережевих ресурсів, ми намагалися показати, наскільки важливо мати правильний підхід до будь-якого процесу підготовки сайтів до введення у загальне користування, а найбільше це стосується освітніх мережевих ресурсів, які своєю специфікою та тематичним спрямуванням потребують дотримання певних правил і вимог, що висувуються до них як з боку замовників, розробників, так і користувачів. Тож нашою метою є аналіз змістового наповнення та дизайну освітніх мережевих ресурсів у галузі журналістики та видавничої справи київських університетів та кафедр щодо дотримання тих вимог і стандартів, які ми попередньо розглядали. Так, аналізуючи дизайн і контент досліджуваних об'єктів, ми виокремили спільні та відмінні риси, які наведені у таблиці. Основними елементами або категоріями аналізу були: мова текстів, наявність факультетів і кафедр журналістики та видавничої справи, якість контенту, тематичне спрямування, цільова аудиторія, кількість кольорів у дизайні, наявність графічних елементів, рівень складності інтерфейсу, структура та розміщен-

ня інформаційних блоків, розмір сторінок, кількість рубрик, швидкість та систематичність оновлення інформації.

Досліджувані об'єкти унікальні за своїм дизайном та контентом, мають однаковий тематичний складник, цільову аудиторію, споживчу цінність, але різну структуру, об'єм і кількість інформації, що дає підстави говорити про потребу вироблення певної системи чи бази, яка допомагала б розробникам і контент-менеджерам, орієнтуючись на сучасні тенденції та запити споживачів або читачів, специфічність освітніх мережевих ресурсів, удосконалювати дизайн, поліпшувати оптимізацію та верстку, виробляти якісний контент.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Освітні ресурси вищих навчальних закладів, зокрема в галузі журналістики та видавничої справи, будучи своєрідною «візитною картою» вузів у ресурсі інтернету, сьогодні виконують достатньо велику кількість завдань щодо розміщення різноманітної інформації для відвідувачів. Вони повинні не тільки відображати відомості, що стосуються основних сфер діяльності навчальних закладів, надавати офіційну, навчально-методичну, нормативну та інші інформації, спрямовані як на зовнішнього, так і на внутрішнього користувача, а й відповідати вимогам, що пред'являються до сучасних освітніх ресурсів європейського рівня: мати відповідний дизайн, контент, комплектність, пошукову оптимізацію сторінок.

Було вивчено й описано спільні та відмінні риси дизайну і контенту освітніх ресурсів київських вузів, зокрема в галузі журналістики та видавничої справи: Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна», Київського міжнародного університету, Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київського національного університету культури і мистецтв, Київського славистичного університету, Національного авіаційного університету, Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут».

Освітні ресурси досліджених вузів України потребують поліпшень у дизайні, вдосконалення верстки та оптимізації. Адже від правильної структури сайту і виваженого дизайну сторінок залежить його пошукова активність, сприйняття користувачами.

Отже, перспективи подальших розвідок у даному напрямку ми бачимо в дослідженні, пов'язаному з формуванням комунікативної культури студентів засобами ресурсів інтернету, а також у теоретично-практичному вивченні оптимізаційних структур і контенту для потреб цільової аудиторії.



1. Ясько О. Педагогічний потенціал ресурсу Інтернет [Електронний ресурс] // Гуманізація навчально-виховного процесу. – 2011. – Вип. LVI. – URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gnvp/2011_56/26.pdf (19. 10. 2012).

2. Романов О. Ю. Структура та побудова мережевого інформаційного ресурсу кафедри [Електронний ресурс] / О. Ю. Ромнов. – URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Ees/2010_2/67.pdf (19. 10. 2012).

3. Топузов М. О. Розроблення змісту проектування інформаційно-освітнього середовища ВНЗ у системі організаційно-економічного механізму [Електрон-

ний ресурс] // Вісник КНУТД. – 2012. – №3. – URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Natural/Vknutd/2012_3/210_215.pdf (19. 10. 2012).

4. Касаткін Д. Ю. Сутність інформаційно-освітніх середовищ навчання [Електронний ресурс] / Д. Ю. Касаткін. – URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/nvnauppf/2011_159_1/11kdy.pdf (19. 10. 2012).

5. Парненко В. С. Аналіз структури та юзабіліті сайтів технічних вищих навчальних закладів [Електронний ресурс] // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.8. – URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvntu/22_8/353_Par.pdf (19. 10. 2012).

Подано до редакції 06. 12. 2013 р.

Додаток

СПІЛЬНІ ТА ВІДМІННІ РИСИ АНАЛІЗОВАНИХ ОСВІТНІХ РЕСУРСІВ

Спільні риси ресурсів:

- українськомовні;
- наявність факультетів та кафедр журналістики та видавничої справи;
- інформативність, унікальність контенту;
- тематично подібні (історія кафедр, новини, інформація про викладачів, висвітлення наукової діяльності викладачів кафедр, інформація для студентів та абітурієнтів, дисципліни, факультети та інститути, бібліотека тощо);
- мають однотипну цільову аудиторію (викладачі, студенти, абітурієнти, представники інших вузів тощо);
- використання у дизайні не більше трьох кольорів та їх відтінків, причому переважно блакитно-білі з помаранчевими або червоними вставками у меню (див. Табл.)

Відмінні риси ресурсів:

- тільки 2 з досліджуваних університетів мають сайти окремо для інституту чи кафедри в галузі журналістики та видавничої справи (див. Табл.);
- використання різних видів шрифтів (засічкові та беззасічкові, мало контрастні та неконтрастні, різнокольорові);
- структура та розміщення меню, інших інформаційних блоків (див. Табл.);
- розмір сторінок (на весь екран, на вузькому тлі посередині);
- дизайн;
- кількість інформації, посилань;
- повнота висвітлення подій, життя кафедр;
- швидкість та систематичність оновлення інформації;
- кількість рубрик або підрубрик у блоках меню, їх назви (див. Табл.)



використання у дизайні не більше трьох кольорів та їх відтінків, при чому переважно блакитно-білі з помаранчевими червоними вставками у меншо:	Кіївський національний університет ім. Т. Шевченка	Національний технічний університет України	Національний авіаційний університет	Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»	Кіївський міжнародний університет	Кіївський національний університет культури і мистецтв	Кіївський славістичний університет
Спільні риси ресурсів	сині, червоні, помаранчеві кольори у дизайні. Плажка трикольорова: червоний, білий, сирій та пурпурний. Тло ресурсу білого кольору, плажка синього кольору з назвою університету білого кольору. Основний текст чорного кольору на білому тлі. Меню зроблене як основний текст, який розміщено по середині сторінки. На головній сторінці - назви лікнованих сторінок, які за переходом на них оформлені в інших кольорах і іонують як окремі ресурси університету;	у дизайні використано 4 основних кольори: синій, білий, сирій та пурпурний. Тло ресурсу білого кольору, плажка синього кольору з назвою університету білого кольору. Основний текст чорного кольору на білому тлі. Бокове меню - назви рубрик білого кольору на пурпурному тлі з сірими вставками);	дизайн у синьо-білих кольорах. Верхня плажка синього кольору з боковою графією університету розташована нижче назви університету на тій же плажці. Назви рубрик синього кольору на білому тлі розташовані по середині як основний текст з периферією на інші сторінки ресурсу.	дизайн у синьо-білих кольорах з помаранчевою боковою меню. Верхня плажка синього кольору з фотографією того ж відтінку з назвою закладу білого кольору (визорітка: біле на синьому). Основний текст чорного кольору на білому тлі з назвами заголовків чорного кольору. Бокове меню ресурсу зроблено на помаранчевому тлі як контраст до загальної кольорової гами ресурсу;	синьо - блакитно - білий дизайн ресурсу. Текст чорного кольору на білому тлі. Назва університету білого кольору на синьому тлі. Бокове меню на блакитному тлі з текстом чорного кольору;	дизайн у червоно-білих кольорах. Плажка сайту червоного кольору, тло тексту білого кольору. Меню бокове та центральне червоного кольору з назвами рубрик білого кольору (визорітка: біле на червоному). Заголовки блакитного кольору на білому тлі, основний текст чорного кольору на білому тлі;	дизайн у блакитно-білих кольорах. Назва університету білого кольору на блакитному тлі розташована по середині. Центральне меню - назва рубрик білого кольору на блакитному тлі. Заголовки основного тексту блакитного кольору на білому тлі. Основний текст чорного кольору на білому тлі;
Тільки 2 з досліджуваних університетів мають сайти окремо для інституту чи кафедри в галузі журналістики та видавничої справи:	Інститут журналістики ім. <http://journal.univ.kiev.ua/>; • кафедра історії журналістики: <http://www.journal.univ.kiev.ua/HLS/index.htm>; • кафедра періодичної преси: <http://journal.univ.kiev.ua/psv/>; • кафедра телебачення і радіомовлення: <http://www.journal.univ.kiev.ua/tvk/>; • кафедра видавничої справи та редактування: <http://journal.univ.kiev.ua/ISR/index.html>; <http://vsr.16mb.com/> • кафедра електронних видань і медіа дизайну: <http://journal.univ.kiev.ua/web/>	Інститут міжнародних відносин, де сторінка присвячена кафедрі журналістики: <http://imv.nau.edu.ua/stg/knura/gjurnalistyka.>	Інститут міжнародних відносин, де сторінка присвячена кафедрі журналістики: <http://imv.nau.edu.ua/stg/knura/gjurnalistyka.>	Інститут міжнародних відносин, де сторінка присвячена кафедрі журналістики: <http://imv.nau.edu.ua/stg/knura/gjurnalistyka.>	Інститут міжнародних відносин, де сторінка присвячена кафедрі журналістики: <http://imv.nau.edu.ua/stg/knura/gjurnalistyka.>	Інститут міжнародних відносин, де сторінка присвячена кафедрі журналістики: <http://imv.nau.edu.ua/stg/knura/gjurnalistyka.>	Інститут міжнародних відносин, де сторінка присвячена кафедрі журналістики: <http://imv.nau.edu.ua/stg/knura/gjurnalistyka.>
структура та розміщення меню, інших інформаційних блоків:	стандартний блок меню відсутній, рубрики розташовані по середині сторінки ресурсу;	подвійне меню, боковий блок розташований вертикально праворуч зверху сторінки. Центральне меню - праворуч, ближче до бокового, горизонтально;	блок меню відсутній. Назви рубрик розташовані по середині на сторінці ресурсу;	блок меню розташований праворуч зверху сторінки, окремі інформаційні блоки відсутні;	подвійне меню, боковий блок розташований вертикально праворуч зверху сторінки, центральний - по середині горизонтально;	подвійне меню, боковий блок розташований вертикально праворуч зверху сторінки, центральний - по середині горизонтально;	відсутність пошукової системи;
кількість рубрик у блоці, назви:	9 рубрик: Загальна інформація, Оголошення, Питання, Відповіді / FAQ, Портал, Проєкти, Фото і відео, 18 рубрик;	10 рубрик: Новини, Новини підрозділів, Оголошення, Гостьова книга, Питання, Відповіді / FAQ, Портал, Проєкти, Фото і відео, 18 рубрик;	6 рубрик: Загальна інформація, Структура університету, Студентська організація, 72 підрубрики.	26 рубрик у блоці меню: Нормативні документи, Офіційна символіка, Структура університету, Історія і досягнення, Приймальна комісія, Навчально-методична робота, Супровід навчання студентів, Науково-дослідна робота, Міжнародні зв'язки, Матеріально-технічна база, Громадські організації, Видавництво, АВС "Талан-студіо", Імідж-центр, Фотогалерея, Відеогалерея, Публікації, Телепередачі, Віртуальні виставки книг, Глосарій, Інтернет-ресурси університету, Онлайн-ресурси університету, Книга відгуків, Корисні посилання;	10 рубрик: Про нас, Структура, Міжнародна діяльність, Навчання іноземних студентів, Довузвська підготовка, Наукове життя, Оголошення, 22 підрубрики;	23 рубрики: Головна, Ректорат, Абітурієнту, Наукова робота, Наша гідність, Історія, Блог, Форум, Контакти, Студентська Галерея, Інститут кіно і телебачення, Інститут готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, Інститут дизайну та реклами, Інститут журналістики і міжнародних відносин, Інститут державного управління, Інститут мистецтв, Факультет менеджменту і економіки, Факультет менеджменту і економіки, Факультет культурології, Факультет індустрії моди, Інститут довузвської підготовки та післядипломної освіти, Загальноуніверситетські кафедри, 18 підрубрики;	9 рубрик: Google, Університет, Новини, Структура університету, Абітурієнту, Студент, Наукова робота, Публікації, Контакти, 35 підрубрики.



Zenzina Hanna. Educational networks resources in the sphere of journalism and publishing: special features of the sites' content and design.

The article deals with the concept of network educational resources, its importance for orientation of the students in cyberspace, the basic requirements for design and content, acceptance criteria of educational resources to the standards. It is presented the preference of availability of own educational resource for high schools. It is stressed on the importance of interaction of educational resources with social networks. It is defined the common and distinctive features of design and content of educational resources of the Kiev high schools in the sphere of journalism and publishing.

Keywords: internet-technology, network educational resources, design, content.

Зензина А. А. Образовательные электронные ресурсы в области журналистики и издательского дела: особенности контента и дизайна.

В статье рассмотрено понятие сетевого образовательного ресурса, его важность для ориентации студентов в информационном пространстве, основные требования к дизайну и контенту, критерии соответствия образовательных ресурсов стандартам. Поданы преимущества наличия собственного образовательного ресурса для вузов. Выделена важность взаимодействия образовательных ресурсов с социальными сетями. Определены общие и отличительные черты дизайна и контента исследуемых образовательных ресурсов киевских вузов в области журналистики и издательского дела.

Ключевые слова: интернет-технологии, сетевой образовательный ресурс, дизайн, контент.

