

## **СТРУКТУРНА ОРГАНІЗАЦІЯ ВЕБ-САЙТУ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ЗВО**

У даній статті розглянемо офіційний веб-сайт університету як чинник формування образу закладу вищої освіти (ЗВО) та проаналізуємо його структурну організацію та її роль у сприйнятті закладу цільовою аудиторією.

Імідж ЗВО тлумачиться як емоційне сприйняття образу закладу в свідомості цільових аудиторій, а саме, абітурієнтів та їхніх батьків, здобувачів освіти, керівництва, науково-педагогічного персоналу, державних органів, потенційних роботодавців. Основними складовими іміджу ЗВО є якість освітніх послуг, вартість навчання на контрактних засадах, імідж керівництва ЗВО, імідж персоналу, імідж ЗВО як роботодавця, рівень психологічного та фізичного комфорту учасників освітнього процесу, імідж студентів та випускників, зовнішня атрибутика ЗВО та його стиль, імідж в очах стейкхолдерів, соціальний імідж, згадуваність у ЗМІ [2, с. 5].

Оптимальними засобами формування іміджу ЗВО прийнято вважати фірмовий стиль університету (логотип, слоган, історія заснування та діяльності, місія, цінності та корпоративна культура); іміджеву та класичну рекламу в онлайн- і офлайн-середовищі; роботу із засобами масової інформації; управління репутацією в інтернет-середовищі, зокрема ведення власного веб-сайту [2, с. 10-11].

Веб-сайт ЗВО є візитною карткою закладу, що має на меті інформувати широке коло зацікавлених осіб щодо наукової, навчальної, міжнародної, господарської, громадської діяльності. Представлена розвідка базується на аналізі структури веб-сайтів провідних британських університетів за даними [www.timeshighereducation.com, www.topuniversities.com]: Оксфордський та Кембриджський університети, Імперський коледж Лондона.

Веб-сайт ЗВО має мікро- та макроструктуру. Під макроструктурою розуміють загальну структуру сайту та ієрархічний спосіб представлення інформації про заклад. Під мікроструктурою розуміють формат категорії/рубрики й характер її заповнення [1].

Макроструктура сайту будується у вигляді схеми, тобто є ієрархією, логічним та послідовним ланцюжком побудови та подачі інформації. З погляду ієрархії структура ділиться на рівні, починаючи з першого. Першим рівнем структурної організації сайту ЗВО виступає головна сторінка та основні категорії або рубрики Admissions, Research/research and innovation, News and events, About/[About the University](#), [Undergraduate study](#), [Postgraduate study](#), [Alumni](#), [Business and enterprise](#), Be inspired, [Jobs](#), [Colleges and departments](#). Мікроструктура веб-сайту реалізується в підкатегоріях/підрубриках, наприклад, Study - courses, admissions, summer schools; Admissions - undergraduate, graduate, continuing education, тощо. Ієрархічна побудова структури дозволяє користувачеві зручно й швидко знаходити потрібну інформацію. Наприклад, абітурієнт шукає спеціальність у ЗВО, на яку хотів би вступати. Шлях пошуку інформації про спеціальність виглядає так: від макроструктури до

мікроструктури [Home](#)>>[Admissions](#)>>[Undergraduate](#)>>[Courses](#)>>Languages and literature і далі детальна(<https://www.ox.ac.uk/>).

Розглянемо детальніше категорію Admissions на прикладі веб-сайту Оксфордського університету <https://www.ox.ac.uk/>. Категорія Admissions включає підкатегорії Undergraduate, Graduate, Continuing education. Рубрика мікрорівня Undergraduate admissions розгортається в підрубриках нижчого рівня Student life, Courses, Colleges, Fees and funding, Applying to Oxford, Increasing access, Open days and visits, яка своєю чергою розгортається в наступні нижнерівневі підрубрики. Наприклад, Student life деталізована підрубриками An exceptional education, A welcoming and supportive community, Help with the cost, Do what you love, Building your future, Oxford is for you. Зазначені підрубрики нижчого рівня мікроструктури веб-сайту містять текстову та графічну інформацію у вигляді фото та зображень. Перейшовши за гіпертекстовим посиланням під зображенням користувач знаходить розгорнуту інформацію щодо питання, що його/її цікавить. Текстова інформація підрубрик, головним чином, спрямована на переконання читача в перевагах університету, чий сайт він відвідує: *Oxford is a famous university because it offers one of the best educations in the world and has been doing so for a very long time. We believe a world-class education will expand your choices and enrich your experiences, allowing you to fulfil your potential and make the most of life's opportunities.* Університети винаходять різні «приманки» для абітурієнтів і намагаються підкреслити свої унікальні відмінності від інших ЗВО та показати переваги навчання саме в цьому закладі. Однією із таких «приманок» є зазначення віку ЗВО. Чим довший час університет функціонує на ринку освітніх послуг, тим надійнішим, якіснішим і престижним він є для навчання. У наведеному прикладі з підрубрики An exceptional education словосполучення *long time* з підсилювальним прислівником *very* наголошує на багатовіковій історії та освітніх традиціях Оксфордського університету, а прикметники з позитивним оцінним значенням *famous, the best in the world, world-class* підкреслюють статус ЗВО як світового лідера та рівень освітніх послуг, що дозволяють розширити можливості, збагатити досвід, реалізувати потенціал, апелюючи до основних особистісних цінностей молодих людей-потенційних абітурієнтів.

Структурна організація офіційного веб-сайту університету сприяє інформуванню абітурієнта про спеціальності, які він може набути у ЗВО, наприклад, через підрубрики Courses and Colleges, освітні ступені (Undergraduate, Graduate). Рубрика Student life представляє умови навчання: наявність дружньої університетської спільноти A welcoming and supportive community, індивідуальні підходи до навчання Personalised learning, забезпечення навчальними ресурсами World-class learning resources та участь у наукових дослідженнях під керівництвом видатних учених Research тощо.

Підсумовуючи, зазначимо, що офіційний веб-сайт ЗВО формує сприйняття закладу цільовою аудиторією, насамперед, абітурієнтом, що підтверджується рубрикою Admissions на всіх початкових сторінках на перших позиціях. Структурна організація сайту сприяє доведенню інформації про особливості навчання, які ЗВО вважає своїми перевагами перед іншими закладами.

Початкова сторінка веб-сайту презентує інформацію, що першочергово цікавить абітурієнта: спеціальності, умови вступу, освітні ступені, наукова діяльність, науково-педагогічний персонал, тощо і, власне, інформація про університет. Підкатегорії нижчих структурних рівнів, текст, гіпертекст та зображення деталізують інформацію про заклад освіти, на основі якої абітурієнти приймають рішення щодо свого професійного майбутнього.

### *ЛІТЕРАТУРА*

1. Литвинець Ю.А. Макро- і мікроструктура міжмовного словника. – Острого: Наук. зап. Нац. ун-ту «Острозька акад.», 2018. Режим доступу: <http://surl.li/ufmug>

2. Семак Б. Б., Басій Н. Ф., Полякова В., Кендус О. З. Сучасний імідж університету: шляхи удосконалення // [Вісник ЛТЕУ. Економічні науки](#). – № 72 (2023) – С. 5-13// Режим доступу: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/issue/view/114>

3. Шиян А.А. Якою повинна бути структура веб-сайту ЗВО?/ Освітня політика //Портал громадських експертів. – 13.01.2019 // Режим доступу: <http://surl.li/ufmqc>