

СТРІЧЕНКО В. В.

*студентка кафедри інформатики та інтелектуальної власності
Національний технічний університет «Харківський політехнічний
інститут»
м. Харків, Україна*

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ТА РЕСУРСІВ ПЕРСОНІФІКАЦІЇ ПРОФЕСІЙНО-ОРІЄНТОВАНОГО ВЕБ ПРОСТОРУ

В наш час постала величезна проблема, пов'язана з принципом розуміння та зручності користування інформацією, що подається в мережі. Тобто рівень важливості представлення інформації наближається до рівня її цінності.

Це судження обумовлене тим, що на даний момент у веб просторі налічується велика її кількість, а користувачі потребують персоніфікованого та унікального контенту, який би цікавив саме їх.

Динаміка сучасного суспільства і системи освіти сприяла появі більш високих вимог до підготовки висококласних фахівців, таких як, вміння працювати в інформаційно-насиченому суспільстві. Разом з всеосяжним поширенням соціальних медіа, точково-орієнтованої реклами та гіперлокальних ресурсів з'являються нові способи і стандарти донесення цільової інформації користувачеві. Адже спектр медіаконтенту неймовірно широкий, а правильна персоналіфікована подача даних в наш час гарантує своєчасне реагування, а як наслідок, більш продуктивну роботу і є запорукою успіху, як в навчанні, так і у виробництві.

Проведений аналіз професійно-орієнтованих сайтів у мережі Інтернет показав, що одним із критеріїв якісного сайту є персоніфікація (персоналізація) даних, які пропонуються користувачам. Налаштування

контенту означає адресне подання інформації для вибраної ніші відвідувачів. Персоніфікація дозволяє окремому відвідувачу отримати саме те, що йому потрібно, незалежно від того, відповідає чи ні даний контент його групі.

Саме одним з таких джерел є сайти навчального закладу, а саме його розділи для студентів, учнів та випускників, які дозволять окремому відвідувачу отримати саме те, що йому потрібно, відчутти, що даний Web-вузол надає актуальну і потрібну інформацію.

Підводячи підсумок, стає зрозумілим, що сучасний світ інформаційних технологій не стоїть на місці, пропонуючи нові підходи та можливості, які здатні полегшити процес навчання та вивести проінформованість учня, студента, абітурієнта на новий рівень. А також вирішити проблеми існуючих веб сайтів, наприклад, відсутність структуризації та персоналізації контенту, непрезентабельність дизайнерських рішень візуального оформлення інтерфейса та допомогти зорієнтувати абітурієнта в виборі фаху, представивши йому лише актуальну і персоніфіковану інформацію.

Ось приклад якостей веб додатка з персоніфікацією:

- дозволяє структурувати дані;
- спрощує доступ до цільової інформації;
- надає доступну та зручну подачу інформації;
- реалізує інтеграцію багатьох розрізнених корисних інформаційних потоків в єдину систему (наприклад, останні новини сайтів, факультету, кафедри та сторонніх професійних ресурсів);
- завдяки новітньому дизайну та застосованим принципам юзабіліті дозволяє зменшити кількість людських помилок та негативних вражень від користуванням персональним кабінетом студента;
- використовує Web-інфографіку для візуалізації даних;

Веб персоніфікація саме професійних сайтів може здійснюватися на рівнях зовнішнього вигляду, структури сайту, функцій, навігацій та контенту.

Рівень зовнішнього вигляду опирається на орієнтований дизайн та макет, залежно від того на яку групу людей він націлен

Структура та навігація включає в собі прототипування сайту, що дозволяє швидко побудувати чітку структуру, проаналізувати її, виявити всі недоліки і в найкоротші терміни усунути їх.

Останній вид – персоніфікація контенту - найглибший та цікавить нас найбільше у зв'язку із специфічністю дослідницької теми. Він включає три стадії: 1) збирання інформації про користувача; 2) обробка інформації за допомогою спеціальних алгоритмів; 3) видача користувачу відповідного контенту.

Існує два головних види збирання інформації про користувача – явне, коли людина сама надає всю потрібну інформацію, та неявне, коли система аналізує поведінку на сайтах, груп за інтересами, фізичне переміщення.

Виходячи з описаного вище, можна сформулювати критерії спрощеної оцінки інформації:

1) релевантність інформації – наявність зв'язку з проблемою (відповідність інтересам) і здатність інформації внести вклад в процес розуміння проблеми. Іншими словами, необхідно зіставити дану інформацію з конкретними інформаційними потребами і відповісти на питання: чи зможе допомогти вона чимось зараз або в найближчому майбутньому;

2) достовірність інформації – наскільки представлене опис відповідає дійсності. Чи можна вірити інформації або потрібне додаткове дослідження, або не можна довіряти в принципі;

3) значимість інформації – це розуміння самої інформації, повнота висвітлення предмета інтересу, своєчасність інформації та її достатність для прийняття рішення.

Отже персоніфікація робить кожний веб-ресурс пристосований саме для конкретної людини. Дозволяє впливати та керувати процесом користування веб ресурсу залежно від потреб людини та її діяльності. Алгоритми персоніфікації активно можуть бути використані в навчально педагогічній сфері.

Література:

1. Thurman, N. The future of personalization: at new websites: lessons from a longitudinal study/Thurman, Neil, and Steve Schifferes// Journalism Studies. – 2012. - №13(5-6) - P. 775-790.

2. Березко О.Л. Використання вікі-засобів для персоніфікації інформаційного наповнення World Wide Web / О. Л. Березко // Інформаційні системи та мережі: Вісник Нац. ун-ту “Львівська політехніка”. –2008. – № 631. – С.11–18.