

интеллектуальности, ибо выпускники оных обладают, как правило, нехристианским (при этом позиционируют себя самыми правильными христианами) стилем мышления, квази- идеологичностью и пустословием. То есть эффект от их просветительской деятельности, обычно становится обратным. Зачастую таким же недостатком обладают и выпускники церковных образовательных учреждений, находясь под патронатом московской патриархии.

В западных регионах Украины за счет сохранения благочестия среди широких слоев народа и деятельности Греко-Католической Церкви (не оторвавшейся от мирового христианства) ситуация сложилась по-иному: основная масса населения грамотна в основных положениях христианского вероучения, а деятельность богословских вузов и факультетов принесла позитивные плоды, в распространении теологических знаний среди интеллигенции и элиты. В настоящее время можно даже говорить о возникновении украинского богословия как оригинальной и плодотворной научной школы.

Выявленные социальные и педагогические (гуманистически направленные) факторы развития религиозно-педагогической грамотности показывают, что все сформулированные пути ее формирования обладают некоторой стихийностью и хаотичностью, требуют внимания деятелей Церкви, интеллигенции, обсуждения в широких слоях общества, а также поддержки у государства, у национальной и деловой элиты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Е.М.Наклеушев Об «атомах» и «индивидах» или как может быть возрождена Россия./М., ж. «Наука и практика воспитания и дополнительного образования», 2006. -№ 2
2. Скобцова Мария, преподобномученица. Что такое церковность? Киев- Париж. 2006. С. .
3. Игумен Вениамин (Новик) Испытания святого Ерма // Континент, № 120 (№ 2, 2004)
4. Максимов Ю.М. Религия Креста и Религия полумесяца .М.,2004
5. Кураев Андрей, диакон. Церковь в мире людей. М., 2006
6. Максимов Ю. М.Одному ли Богу поклоняются христиане и мусульмане?// «Благодатный огонь» (приложение к журналу «Москва» № 9. М., б. г.)
7. Бердяев Н.А. Судьбы России. М., – Харьков. 2004

Наталія БОРОДИНА

УДК 1:002/18:001.12

ВІРТУАЛІЗАЦІЯ ВИКЛАДАННЯ ФІЛОСОФІЇ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ: ПРОБЛЕМА ОФОРМЛЕННЯ НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИХ ВЕБ-РЕСУРСІВ

Оформлення веб-ресурсів, які містять навчальний філософський контент, повинно бути підпорядкованим не тільки сучасними технологічним прийомам, але й враховувати змістовну специфіку. Насамперед це передбачає інтерактивність веб-ресурсу, тому що філософія існує тільки у формі діалогу. Ця загальна методологічна настанова повинна відображатися в наступних прийомах: збільшення технологічної насиченості зберігання та видачі навчально-методичних матеріалів, збільшення використання елементів соціальних мереж, покращення «індивідуальності сторінок», зменшення кількості матеріалу на сторінках.

Ключові слова: Антропометричність, веб-ресурси, віртуалізація, юзабіліті, Веб 2.0

Оформление веб-ресурсов, содержащих учебный философский контент, должно быть подчинено не только общим технологическим приемам, но и содержательной специфике, что прежде всего предполагает интерактивность веб-ресурса, так как философия существует только в форме диалога. Эта общеметодологическая установка должна быть выражена в следующих приемах: увеличение технологической насыщенности в хранении и выдаче учебно-методических материалов, увеличение использования элементов социальных сетей, улучшение «индивидуальности страниц», уменьшение количества материала на страницах.

Ключевые слова: Антропометричність, веб-ресурси, віртуалізація, юзабіліті, Веб 2.0

The designers of web resources with philosophical content should be guided not only by current popular techniques, but also by the specificity of educational content. First and foremost, these sites should be interactive, because philosophy exists only in a dialogue. The current web resources of the philosophy department in Ukraine are in need of increasing the individuality of web-pages, while reducing the amount of material on pages and leaving free space, so as to increase the use of elements of social networking.

Keywords: Anthropometric, web-resources, virtualization, usability, Web 2.0

Сьогодні ми спостерігаємо в Україні перехід до інформаційного суспільства, що супроводжується віртуалізацією сфери освіти, а насамперед появи численних сайтів вищих навчальних закладів.

Створення власного електронного ресурсу – це дуже важливий компонент діяльності навчального закладу, тому що це забезпечує доступ к інформаційним ресурсам університету, надає можливість спілкування зі студентами, проведення «віртуальних» занять навіть в умовах карантину або стихійного лиха (що було особливо актуальним в ситуації карантину у грудні 2009 року), покращення «зворотного відгуку» у комунікативних процесах між викладачами, лаборантами та студентами.

Але кожен ВНЗ стикається з проблемою естетичного та логічного оформлення сайту, тобто яка саме естетика повинна бути притаманна сайтам навчальних закладів та яка повинна бути логіка його побудови? Яка модель відповідає культурному контексту та очікуванням молоді?

Аналіз останніх досліджень. Тема веб-дизайну надзвичайно популярна в сучасній літературі, також досить популярною є тема трансформації освіти. Серед останніх публікації щодо дизайну слід зазначити Даниленко В. [1], Лебедева А. [4], Овчинникова Р., Сухова С. [5], Фадеева Д. [2] серед останніх публікації щодо освіти слід відмітити роботи Кінаш Р.І., Гладишев Д.Г. [3]. Існує безліч готових порад щодо створення сайтів, але не всі з них доцільно використовувати в оформленні електронних ресурсів навчальних закладів, тому що це не відповідає естетичним канонам та специфіці філософського контенту. Слід ураховувати, що веб-ресурси можуть бути одним з факторів вибору майбутньої спеціальності, тому що отримане враження допомагає абітурієнтові у будь-який час знайомитись зі специфікою майбутньої професії.

Мета даної роботи – виявити особливості оформлення веб-ресурсів, які було б доцільно вживати для створення навчально-методичних електронних матеріалів з вивчення філософії. Для досягнення цієї мети в даній статті ми проаналізуємо електронні ресурси філософських факультетів (далі ФФ) та кафедр філософії (далі КФ) різних ВНЗ.

Перш за все веб-сайт з філософським контентом - це ще одна ланка інформаційного простору, тому його естетичне та логічне оформлення повинно підпорядкуватися основним принципам представлення інформаційного продукту в системі електронних освітніх послуг:

- Представлений продукт повинен надавати споживачу послугу в умовах вичерпної інформації, комфортності, зручності та достатньої швидкості.
- Інформаційний продукт-online повинен мати більш високий рівень якості в порівнянні з аналогічним off-line продуктом (тобто розробники сайту повинні бути впевнені, що матеріал на сторінках сайту користувачеві буде зручніше дивитися ніж роздруковані методичні матеріали філософського факультету або кафедри).
- Доступ до різних інформаційних порталів; розвинута систем посилань (у випадку філософського контенту це повинна бути розвинута система посилань на філософські бібліотеки).
- Високий рівень захисту інформації та персональних даних користувачів(особливо це стосується розміщення публікацій викладачів, тому що багато з них занепокоєні проблемою порушення авторських прав та копіювання матеріалів їхніх праць з інтернету).
- Постійна інтерактивна робота, яка не складає враження тиску або спаму(особливо це стосується сторінок, присвячених роботі з абітурієнтами, які часто містять зайве вихваляння університетів, що знижує рівень довіри до всієї інформації на сайті).
- Постійне оновлення та модернізація свого інформаційного продукту з врахуванням світових тенденцій.

Далі розглянемо, як саме повинні реалізовуватись ці принципи на кожному етапі роботи створення сайту з філософським контентом.

Перший етап: відбір матеріалу, логічна класифікація

Побудові сайту філософського факультету або кафедри повинна передувати величезна робота зі збору матеріалу: потрібно зібрати всі наукові та методичні матеріали, які необхідні студентам для роботи, зокрема питання до іспиту, методичні поради, статті викладачів, новини факультету та інше.

Також необхідно зібрати інформацію про традиції факультету або кафедри, про самих викладачів та працівників факультету, бажано також розмістити інформацію про найталановитіших у філософії студентів.

Доцільно зробити обов'язковими наступні розділи:

- 1) Загально-інформативний, де розміщується інформація про історію факультету (кафедри) філософії, його керівництво, символіку та традиції.
- 2) Методичний. При комплектації цього розділу потрібно пам'ятати, що це головний розділ сайту, за для цього він насамперед був створений: щоб полегшити навчання та методичне забезпечення студентів. Особливо студенті очікують знайти тут наступні матеріали: питання до іспиту, теми рефератів, приклади практичних завдань.

3) Науковий: розміщується наукові праці викладачів, посилання на бібліотеки, інформація про конференції (перехресне посилання свіжих конференцій з розділом «новини»), видання кафедри або факультету та інше.

4) Новини, де окрім офіційних новин з життя факультету або кафедри, потрібні ще якісь «живі матеріали», наприклад свіжі кумедні вислови студентів на парах філософії, «дошку пошани» або публікації о ювілеях викладачів. Але потрібно пам'ятати, що якщо новини не оновлюються кожного тижня, краще цей розділ взагалі не заводити. Доцільно скористатися досвідом соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, які у боковій панелі сайту зробили тематичний каталог новин з фотокартками.



Рис.1. Дошка новин сайту СФ ХНУ ім. В. Н. Каразіна.

5) Персональні сторінки викладачів, де буде розміщена інформація про їхні наукові зацікавлення, а також перехреснені посилання на їхню наукову та методичну роботу(тобто на матеріали з розділів «методика» та «наука»). Практика свідчить, що студенти часто плутаються у методичних розділах, але обов'язково сподіваються знайти потрібні матеріали біля прізвища викладача. Якщо залишити відкритою можливість коментувати матеріали, то біля прізвищ викладачів дуже швидко з'являються прохання студентів на зразок: «Не можу знайти питання до іспиту, підкажіть, де їх шукати».

Також за бажанням керівників кафедр можна додати розділи, присвячені окремим аспектам кафедральної роботи (як наприклад, сторінка лабораторії гендерних досліджень Вінницького національного технічного університету), або розділи присвячені абітурієнтам чи випускникам.

Більшість сайтів філософських факультетів та кафедр надмірно перевантажують класифікаційну сітку розташування матеріалів: наприклад на декількох сайтах ФФ навіть є окрема категорія «Гімн факультету».

Підбір матеріалу окрім навчальної специфіки повинен одразу враховувати філософську специфіку – щоб відвідувачі сайту одразу зрозуміли, що занурюють в окрему царину філософії. Діалогічний характер філософського знання вимагає від форуму можливості відкритого дискурсу з відвідувачами: наприклад, розміщення матеріалів досліджень філософського клубу з можливістю коментувати ці матеріали, або розділ-форум з дискусійними темами, які відвідувачі мали б змогу обговорити.

Наприклад, на сайті ФФ ОНУ ім. І. І. Мечникова є матеріали та розклад засідань студентського наукового товариства «Епістема» та наведена можливість зв'язатися з організаторами та запропонувати свою тему для обговорення.

Другий етап: Побудова макету

Всі вищезгадані принципи повинні враховуватись ще на початковому етапі побудови макету сайту ФФ або КФ. Потрібно враховувати світові тенденції побудови макетів, що вимагають відмови від готових макетів. Студенти очікують від вищих навчальних закладів високого рівня володіння інформаційними технологіями, тому використання готових макетів неприпустиме. Але якщо ми говоримо про сайт КФ, то припустимо використання готових макетів оригінального дизайну, замість використання власноруч написаних але непрофесійно оформлених макетів.

Також потрібно пам'ятати, що студент прийшов на сайт за філософським контентом, тому такі додаткові сервіси сайту як можливість відправити з сайту sms, або дізнатися прогноз погоди – це зайві та дуже недоречні для сайту ВНЗ атрибути.

У побудові макету доречно керуватись почуттям міри і не намагатися зробити те, що не під силу: студенти не вибачають непрофесійність, тому потрібно постійно простежувати, щоб усі сторінки макету були заповненими, кодування співпадало в усіх розділах, та усі браузері мали змогу коректно

відображати інформацію з сайту.

Третій етап: Графічне оформлення

Графічне оформлення – це один з самих вразливих аспектів побудови сайту ФФ або КФ. На цьому етапі необхідно найбільш критично ставитися до світових тенденцій дизайну та дотримуватись навчальної та філософської специфіки.

1) Насиченість ілюстраціями і високоякісною графікою. Ця умова повинна виконуватись незалежно від масштабу сайту. Викладання кожної навчальної дисципліни повинно супроводжуватись використанням ілюстративного матеріалу, а особливо викладання філософії, яка повинна розвивати не тільки логічне мислення, але й образне. Тому кожен розділ повинен супроводжуватись коментованим графічним зображенням оптимізованим у форматі, залежно від типу доступу користувача до мережі Інтернет (повільне комутоване або швидке широкосмугове з'єднання, обмежений зв'язок через мобільні пристрої), яке б створювало враження філософії як «людяної науки».

Один з найкращих прикладів використання цього принципу ми зустрінемо на сайті кафедри світової філософії та естетики Східноукраїнського національного університету ім. В.Даля. У графі «історії кафедри» у вигляді слайдів за декілька хвилин глядач може спостерігати всю історію кафедри на протязі останніх десятиліть.

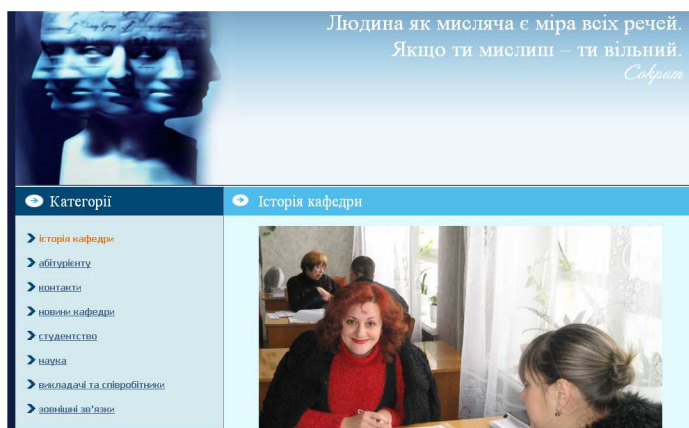


Рис. 2. Сайт кафедри світової філософії та естетики СНУ ім. В.Даля

Також доцільно було б використання елементів символізму та авангардного живопису, що максимально стимулювало студента на творчі пошуки та звертало увагу на близькість філософії та мистецтва.

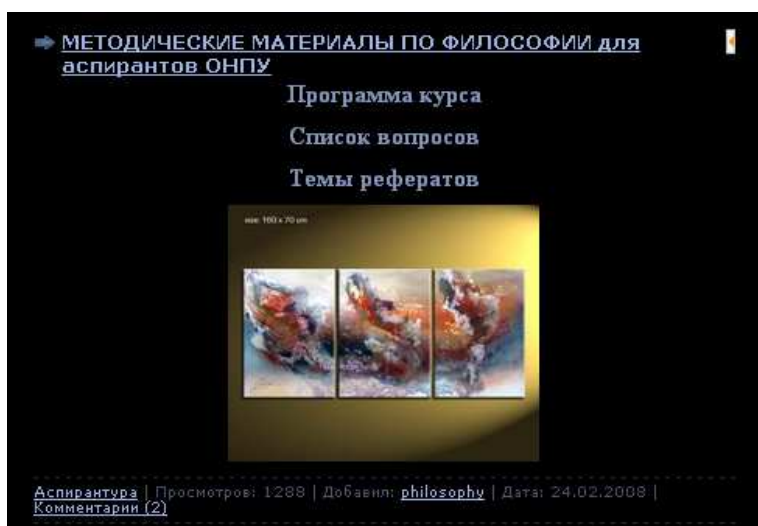


Рис.3. Прийом «ілюстрації і графіка» на сайті «КФіМН ОНПУ».

2) Великий білий простір. Багато вищих навчальних закладів розуміють сайт тільки як засіб викладення інформації, тому зовсім не піклуються про зручність її сприйняття та естетичне подання. Але для того щоб інформація виглядала естетично для неї потрібен великий простір, а не нагромадження тексту. Сучасні дизайнери радять білий колір, але цю пораду не можна пасивно копіювати, як зробили

більшість сайтів ФФ та КФ. Головне завдання графіки сайту ФФ та КФ - це викликати почуття «серйозності» та глибини філософії тому для графіки сайту підійде будь-який колір холодного відтінку, навіть чорний, див. Рис. 3.

Згідно останнім тенденціям «великого білого простору» побудовані сайти ФФ КНУ ім. Тараса Шевченка, КФ Вінницького національного технічного університету, ФФ ПНУ ім. Василя Стефаника, ФФ ЛНУ ім. Івана Франка.

Це робить їх досить елегантними та модними, але подібними до зірок на вечірці у однакових сукнях. Серед тих, хто вдало поєднує моду та оригінальність слід відмітити сайт ФФ ХНУ імені В.Н. Каразіна.



Рис. 4. Сайт ФФ ХНУ імені В.Н. Каразіна

Четвертий етап: робота над вдосконаленням зручності

Окремо слід відмітити таку найважливішу рису веб-ресурсів ВНЗ як антропометричність: інформаційний продукт потрібно розглядати як антропометричний – тобто відповідний навичкам, можливостям сприйняття та засвоєння інформації і так далі. У веб-дизайні всі ці вимоги, як правило означаються терміном «юзабіліті». Як зазначає Д. Фадеєв: «Кожен погодиться, що юзабіліті є важливим аспектом веб-дизайну. Незважаючи на те, чи працюєте ви над дизайном сайту портфоліо, над он-лайн магазином або веб-додатком, важливо зробити сторінки зручними і простими для користувачів. У протязі останніх років було зроблено багато досліджень про різні аспекти веб-дизайну і дизайну інтерфейсів» [2].

Серед головних принципів юзабіліті, необхідних для створення вдалого електронного навчально-методичного матеріалу слід зазначити:

1. Користувачі концентруються на обличчях.

Як зазначає Данілевський В. Я.: «Люди інстинктивно помічають інших людей відразу ж, як вони виникають в полі зору. На веб-сторінках ми звертаємо основну увагу на обличчя, і очі, що надає веб-дизайнеру гарний інструмент для залучення уваги відвідувача. Але наша увага до осіб і очам людей це тільки початок, виявляється, насправді ми навіть починаємо дивитися в тому напрямку, куди дивиться людина на малюнку» [1].

Найбільш цікаво цей прийом застосований на сайті Луганського та Харківського університетів(см. рис 2 та рис 4).

2. Вільний простір покращує розуміння.

Більшість розробників веб-ресурсів вищих навчальних закладів розглядають свій інформаційний продукт тільки як концентрацію інформації, та тим самим недооцінюють значення порожнього простору, який є простором між параграфами, зображеннями, кнопками та іншими елементами на сторінці. Вільний простір робить об'єкти на сторінці більш чіткими і виділеними, демонструє відносин між елементами (наприклад, показати, що ця кнопка відноситься до цієї групи елементів) і будівлі ієрархії елементів на сторінці. Вільний простір теж робить вміст більш легкий для читання. Дослідження показало, що використання вільного простору між параграфами і в лівій і правій колонках підвищує розуміння на 20% [6].

Щоб зрозуміти значення вільного простору, потрібно нагадати, що навчально-методичний сайт не відноситься до категорії розважальних ресурсів, котрі за рахунок привабливого дизайну намагаються утримати відвідувача якомога далі. На освітні сторінки заглядають тільки з необхідності, що дещо розслабляє дизайнерів сайтів ВНЗ, у яких сайти наповнені якісними матеріалами, тому що вони впевнені, що користувач все одно повинен бути повернутись до них. Але розробники повинні пам'ятати про зручність користування. Нагромадження інформації призводить до перевтоми та нарікань з боку

користувачів, навіть якщо вони зв'язані необхідністю навчання та користування даним сайтом.

Ця вимога дизайнерами сайтів виконана недостатньо – більшість сайтів ФФ та КФ містять забагато інформації, та дуже мало вільного простору. Але ця вимога може бути досить просто виконана через відмову від додаткових сервісів та вивільнення бокових панелей, як це зробили, наприклад розробники сайту ФФ ЛНУ імені Івана Франка.



Рис. 5. Сайт ФФ ЛНУ імені Івана Франка

3. Контроль лаконічності класифікації розділів

У процесі розвитку сайту інформації може стати забагато. Інформаційна насиченість, перенавантаження зібраного матеріалу призводить до того, що розробники намагаються передбачити все можливі запити користувача та роблять побудову сайту надто перенавантаженою, що замість облегшення користування сайту призводить до розпачі користувачів. Тому необхідно постійно контролювати, чи збереглась простота та лаконічність побудови сайту при формуванні нових розділів.

П'ятий етап: Формування особливостей сайту

Крім того, що сайт присвячений вивченню філософії, в ньому повинна міститись якась неповторна «родзинка» яка б вказувала на специфіку вивченні філософії саме в цьому ВНЗ, або саме в цьому регіоні.

Це може бути:

1) Яскравий футер. Як зазначає колектив аналітиків «Smashing Magazine» [9], розгляд конкурентоспроможності дизайну потрібно починати з футера: «Згідно з класичними принципами веб-дизайну, все, що знаходиться внизу сторінки не дуже вже й важливо. І так думають більшість звичайних користувачів. Та й більшість дизайнерів теж переконані, що це чиста правда. Елементи сайту внизу станиці дійсно не можуть привернути увагу відвідувачів, саме тому про футери часто забувають або взагалі їх ігнорують, і не приділяють уваги того, якого вони заслуговують. Насправді більшість футерів, досить нудні і не надихаючі. Дизайнери зазвичай використовують область внизу сторінки, щоб розмістити там все те, для чого вони не знайшли місце вгорі. Наприклад, дисклеймер, кнопки валідації W3C, дані про авторські права, посилання «на початок сторінки» і контактну інформацію» [6]. Нажаль схожу помилку роблять майже всі розробники сайтів ФФ та КФ. Прикладом цікавого оформлення футеру може стати сайт КФ ЛНУ.



Рис. 6. Сайт КФ СНУ ім. В.Драги

4. Елементи оформлення соціальних мереж. Це обов'язковий елемент. Саме можливість «діалогу» робить сайт корисним, тому кожна сторінка повинна супроводжуватись можливістю надання коментарів. Нажаль, ця вимога не виконана у достатньому обсягу жодним сайтом ФФ та КФ. На сайті КФ ОНПУ є можливість коментарів та діалогів з викладачами, але більше можливостей шаблон сайту не передбачає, тому ця умова реалізована недостатньо. Хоча подяки викладачам та запитання стосовно учбового процесу на цьому сайті є саме завдяки можливості залишати коментарі: кожному сайту неважко буде створити таку корисну та необхідну для навчання опцію.

6. Збільшені форми пошуку. Цей прийом на сайтах ФФ та КФ майже не використовується, пошук дуже малий, майже непомітний. Слід відмітити надзвичайно важність саме форму пошуку: сайт, головне призначення якого – навчально-методичні технології, повинен бути максимально зручним для роботи студентів та викладачем, та виконувати свою головну функцію по швидкому пошуку необхідних для навчального процесу матеріалів.

Найбільш зручний пошук на сайті ФФ КНУ та ОНУ.

7. Використання іконок розділів, авторів і графічних підказок. Більшість з цих прийомів не використовується, таким чином сайт здається безликим, студент не бачить в викладачах тих людей, які зацікавлені в навчанні. Тому кожен викладач повинен мати свою сторінку, на якій він би вибрав власну іконку та власну систему графічних підказок для акцентування уваги на темах, підрозділах та деталях.

8. Використання новітніх технологій і прийомів дизайну: «Списки тегів, елементи майбутнього Веб 3.0 (замість хмарки тегів)» (на сайтах ФФ та КФ взагалі часто не має тегів), «Рисунки» (КФ ЛНУ, ФФ ХНУ, КФ ВНТУ), «Написи від руки» (КФ ЛНУ), «Особливий стиль шрифту, наприклад «ретро»» (не використовується), «Природничі текстури і фон, що складається з фотознімків» (цей прийом досить поширений на гарно зроблених сайтах ФФ та КФ), «Розмовляюча навігація» (не використовується).

Окрім спеціальних прийомів дизайн сайту навчальних закладів повинен відповідати загальним естетичним вимогам, а саме:

- художньо-інформаційна виразність;
- художньо-образне втілення фахової інформації (образна виразність);
- своєрідність форми, яка виділяє сайт з його аналогів (оригінальність);
- стильова визначеність, яка співпадає з особливостями фаху освітнього закладу;
- функціональна обумовленість, яка свідчить про відповідність освітнього ресурсу його

призначенню;

- загальна відповідність умовам його використання;
- цілісність композиції.

Висновки. В нашому дослідженні ми проаналізували естетичну і логічну побудову та конкурентоспроможність інформаційних ресурсів веб-сайтів ФФ та КФ, та дійшли наступних висновків: більшість сайтів лише частково реалізують можливості інтернету у освітніх технологіях. Багато цікавих та корисних прийомів залишаються невикористаними, сайти більш нагадують книги – тобто не передбачають інтерактивності: коментування або додавання матеріалів на сайт.

По результатам проведеного дослідження ми можемо порекомендувати застосувати в дизайні веб-ресурсу з філософським контентом наступні прийоми:

- Збільшити вільний простір, тому що тематичної інформації на сайтах ВНЗ забагато, і її незручно сприймати користувачу. Частина матеріалів можна розміщати не у вигляді текстів, а у вигляді відео-уроків та аудіо-книг, наприклад скористатися у оформленні сайтів лекціями, які студенти записували на диктофон.
- Спростити класифікацію підрозділів, тобто не перенавантажувати логічну побудову сайту.
- Використати графічні зображення, пов'язані з філософською тематикою: це можуть бути абстрактні картини або зображення відомих притч або парадоксів, якими славляться філософи.
- Обов'язково застосувати елементи оформлення соціальних мереж. Як відомо, філософія завжди була пов'язана з діалогом і не можна втрачати цю її найважливішу рису.
- Використати «розмовляючу» навігацію, тобто докладніше роз'яснити, що саме чекає користувача за кожним банером, додати графічних та текстових підказок. Це значно спрощує студентів пошук необхідної інформації на сайті.
- Розробити індивідуальні іконки авторів, що зробить сайт більш «людяним» – інакше студенти не відчують, з ким вони спілкуються, звідки йде інформація.
- Періодично та гармонійно застосувати в дизайні такі прийоми як «Рисунок», «Написи від руки», особливі шрифти.

ЛІТЕРАТУРА

1. Даниленко В.Я. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури. Монографія / В.Я. Даниленко. – Х.: Колорит, 2005. – 244с.
2. Десять корисних висновків і принципів юзабіліті [Електронний ресурс]/ Фадеєв Д. – Режим доступу до журн.: <http://maax.ws/design/45>
3. Кінаш Р.І., Гладишев Д.Г. Вища освіта України і Болонський процес: Конспект лекцій. Львів, 2006 р, 66 с
4. Ководство [Електронний ресурс]/ А. Лебедев. – Режим доступу: <http://www.artlebedev.ru/kovodstvo/sections/>
5. Овчинников Р., Сухов С. Корпоративный веб-сайт на 100%. Требуется от сайта большего! – СПб.: Питер, 2009. – 320 с.
6. Футери в сучасному веб-дизайні: Креативні приклади та ідеї [Електронний ресурс]/Smashing Magazine. - Переклад: Максим Долчук. – Режим доступу до журн. // <http://maax.ws/design/54/>