

- disorientation of a user (ignorance where the user is, relative to site structure);
- distraction from the main goal;
- insecurity of navigation (functions or features — colour, the shape of buttons and hyperlinks — navigations changes from page to page);
- lack of restrictions as for the user actions.

The stage of planning site is the most important in development of any site. It is true for simple home page as well as for the giant site.

In conclusion, I'd like to emphasize that the main functions of a site are to tell about somebody or something, to catch users' attention, to help solve any problems, to educate or entertain. Depending on tasks the structure of the site can be different.

On the stage of site development you should define which information should be on the site to create logical and physical structure of the site.

ДЖЕРЕЛА

1. Кузнецов М., Симдянов І. Голишев С. РНР 5. Практика створення Web-сайтів. — К., 2007.
2. Пушкар О.І. Інформатика: Комп'ютерна техніка. Комп'ютерні технології. Посіб.– К.: Видавничий центр «Академія», 2001. — 696 с.

ІНСТРУМЕНТИ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «ТВІТТЕР»

Яцик Р., Бобженко М., Мещеряков О.,
*Київський університет імені Бориса Грінченка,
м. Київ*

«Твіттер» — це соціальна мережа мікроблогів, що дозволяє миттєво обмінюватися повідомленнями, файлами та інформацією. Щодня «Твіттер» все більше і більше впливає на життя як простих людей, так і науковців. Більшість користувачів цієї мережі використовують її кожного дня, що стає частиною інформаційно-комунікаційних процесів. Мережа «Твіттер» підтримує

близько 20 мов, що робить його доступним і популярним в усьому світі, зокрема в Україні. Якщо з самого початку, соціальна мережа створювалася для звичайного і безкорисливого спілкування про неважливі речі, то зараз цей сервіс є потужним епіцентром обігу новин шоу-бізнесу, політики, маркетингу, а також надзвичайно прогресивним засобом самореклами, PR багатьох особистостей та компаній, а також короткою формою популярного нині блогінгу, а отже, навколо «Твіттера» гуртуються передові спеціалісти світу. Ми розповімо, яку роль «Твіттер» відіграє у світовому обігу інформації, а також, як саме можна використовувати «Твіттер» у рекламній діяльності.

Існує неймовірна кількість інструментів для використання засобів «Твіттеру» як для розваг та спілкування, так і для бізнесу та реклами. Значний крок у розвитку технологій Інтернету дає нам можливість використання широкого профілю роботи: для статистики, інформування, збереження, обробки, переформатування інформації та багато іншого. Більшість сервісів просто неможливо оглянути, бо їх неймовірна кількість, однак зупинимось на найбільш популярних з них, а саме: Ads.Twitter.com, Tweriod, Twitter Counter, Tweetshare та декілька інших, що використовуються у нашій роботі. У ході дослідження ми вирішили з'ясувати, якими засобами і за яких умов здійснюється такий проект.

Мета нашого дослідження полягає у ознайомленні з інтерфейсом мережі «Твіттер»; повноцінна обробка вищезазначених інструментів «Твіттер»; перевірка використання інструментів у рекламній та PR-діяльності.

Як представник сучасних інформаційних технологій «Твіттер» використовує безліч різноманітних сервісів і допомагає своєчасно використовувати наданий простір зручно, швидко та надійно. Як висновок, маємо дуже популярну в різних сферах соціальну мережу, яка допомагає і відпочивати, і працювати, а головне — отримувати інформацію. Це стало можливим лише за використання наданих кожному ресурсів інтернет-простору.

ДЖЕРЕЛА

1. Карпенко О. 5 полезных инструментов для Twitter-аналитики [Електронний ресурс] / О. Карпенко. — Режим доступу : <http://ain.ua/2012/06/11/84783>
2. Сорокина Е.В социальных сетях. Twitter — 140 символов самовыражения [Електронний ресурс] / Е. Сорокина, Ю. Федотченко, К. Чабаненко. — Режим доступу : <http://www.twitter-book.ru/>
3. J. Wiley & Sons Twitter For Dummies [Електронний ресурс]. — Режим доступу : https://play.google.com/store/books/details/Laura_Fitton_Twitter_For_Dummies?id=rXl8uwbKKgMC