

УДК 004.738.5:004.4'42:316.77

*Присяжнюк К. В., здобувач вищої освіти ОС «Магістр»,
Прігунов А. В., канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри інформаційних систем управління,
Донецький національний університет імені Василя Стуса*

ПОНЯТТЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ У СУЧАСНОМУ ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Анотація. У статті проаналізовано чинники, що впливають на ефективність комунікації та сприйняття інформації в цифровому середовищі. Визначено підходи до оптимізації інформаційного простору через підвищення якості контенту, удосконалення структури та механізмів обміну інформацією. Наголошено на важливості орієнтації на потреби цільової аудиторії для підвищення ефективності цифрових ресурсів.

Ключові слова: оптимізація інформаційного простору; якість контенту; цифрове середовище; ефективна комунікація; пошукові системи; структура інформації; цільова аудиторія.

Вступ. Оптимізація інформаційного простору – це процес удосконалення структури, змісту та механізмів обміну інформацією. Його ключовою метою є підвищення ефективності на кожному з етапів життєвого циклу інформації: від її створення та зберігання до поширення, використання та аналізу. Оптимізація стосується різних аспектів: технологічного (модернізація інфраструктури та впровадження інтелектуальних систем), інформаційного (структурування й актуалізація даних), комунікаційного (розвиток цифрових каналів взаємодії), організаційного (оптимізація потоків даних і документообігу) та соціокультурного (підвищення інформаційної культури й етичних стандартів). Сукупність цих аспектів забезпечує ефективне функціонування інформаційного середовища та сприяє ухваленню обґрунтованих управлінських рішень [1].

Мета статті – проаналізувати чинники, що впливають на ефективність комунікації та сприйняття інформації в цифровому середовищі, а також визначити особливості оптимізації інформаційного простору через підвищення якості контенту.

Основний текст. Однією з ключових проблем сучасного інформаційного простору є низька якість контенту, що проявляється у поширенні неперевіраних даних, поверхневому викладі матеріалу та відсутності орієнтації на потреби аудиторії. Такий контент створює інформаційний шум, знижує довіру користувачів і ускладнює ефективну комунікацію. Це суперечить завданням оптимізації інформаційного простору, адже вона передбачає впорядкування, відбір і структурування достовірної інформації. Тому підвищення якості контенту є необхідною умовою оптимізації: воно забезпечує прозорість, зручність пошуку, достовірність даних і сприяє ефективному функціонуванню інформаційного середовища. В умовах цифрового середовища важливу роль в оптимізації інформаційного простору відіграють пошукові системи, адже саме вони забезпечують відбір, упорядкування та доступ користувачів до релевантного контенту. Низька якість інформаційних матеріалів безпосередньо впливає на ефективність їх роботи, оскільки алгоритми змушені фільтрувати велику кількість неструктурованих або маніпулятив-

них даних. Тому вдосконалення принципів створення контенту та його оптимізації для пошукових систем стає важливою складовою підвищення якості інформаційного простору загалом.

Сучасні дослідження наголошують на важливості комплексного підходу до оцінювання якості вебресурсів. І. І. Петрова виділяє технічний аудит як базовий етап оптимізації, що містить аналіз швидкості завантаження, мобільної адаптивності та метатегів [2]. О. В. Коваленко і С. М. Іванов розглядають контентну оптимізацію як чинник підвищення релевантності та унікальності інформаційного наповнення [3; 4]. Іноземні дослідники J. Smith і K. Lee зосереджуються на використанні аналітичних платформ – Google Search Console, Ahrefs, SEMrush – для комплексного моніторингу технічних помилок і поведінкових метрик [5; 6]. У вітчизняній практиці, однак, бракує досліджень, які б поєднували SEO-інструменти із системним управлінням інформаційним простором організацій.

Прикладом оптимізації структури, змісту та механізмів обміну інформацією може бути оновлення корпоративного вебсайта університету (рис. 1).



Рисунок 1 – Управління інформаційним простором організацій

У процесі оптимізації здійснюється удосконалення структури – створення логічної навігації, спрощення меню, об'єднання дубльованих розділів і впровадження внутрішнього пошуку. Оптимізація змісту передбачає оновлення текстів із фокусом на актуальність, зрозумілість і релевантність запитам користувачів, видалення застарілої інформації та застосування SEO-принципів. Удосконалення механізмів обміну інформацією полягає у впровадженні інтерактивних форм зворотного зв'язку, автоматичних повідомлень, підключенні соціальних мереж і внутрішніх комунікаційних каналів (наприклад, чат-ботів). У підсумку підвищується зручність користування ресурсом, швидкість доступу до потрібних даних і рівень взаємодії з аудиторією.

Оптимізація структури, змісту та механізмів обміну інформацією безпосередньо пов'язана з потребами цільової аудиторії, оскільки саме її очікування визначають, якою має бути логіка побудови інформаційного ресурсу. Наприклад, у ра-

зі оновлення вебсайта університету структура розділів формується відповідно до запитів основних користувачів – абітурієнтів, студентів, викладачів і партнерів. Зміст адаптується під їхні інформаційні потреби: для вступників – прості інструкції та відео, для студентів – актуальні новини й розклади, для партнерів – аналітичні матеріали та контакти. Механізми обміну інформацією, наприклад, чат-боти, онлайн-форми чи підписки, створюють швидкий і зручний канал зворотного зв'язку. Отже, орієнтація на цільову аудиторію робить оптимізацію не лише технічною, а й комунікаційною, забезпечуючи ефективний діалог між ресурсом і користувачем.

Висновки. Оптимізація інформаційного простору є комплексним процесом, що поєднує технологічні, інформаційні та комунікаційні підходи для підвищення ефективності створення, обробки й поширення даних. Ключовим чинником успішної оптимізації є якісний контент, адже саме він визначає достовірність, релевантність і цінність інформаційного середовища. В умовах розвитку цифрових технологій і пошукових систем якість контенту стає вирішальною для ефективного функціонування алгоритмів відбору та ранжування даних. Тому вдосконалення структури, змісту та механізмів обміну інформацією має здійснюватися з урахуванням потреб цільової аудиторії, що забезпечує не лише технічну, а й комунікаційну оптимізацію інформаційного простору. У підсумку досягається головна мета – створення прозорого, структурованого й орієнтованого на користувача інформаційного середовища, яке сприяє ухваленню обґрунтованих управлінських рішень і підвищенню рівня довіри до цифрових ресурсів.

Список використаних джерел

1. Social and communication challenges and practical cases of implementation of management information systems in higher education / O. Anisimova, O. Prihunov, H. Lukash, T. Yavorska. *Library Science. Record Studies. Informology*. 2024. Vol. 20(3). DOI: 10.63009/lrsi/3.2024.41.
2. Петрова І. І. Технічний SEO-аудит: методи та інструменти. *Вісник інформаційних технологій*. 2020. № 4. С. 45–53.
3. Коваленко О. В. Контентна оптимізація вебресурсів у контексті пошукової видачі. *Маркетинг і менеджмент*. 2021. Т. 12, № 3. С. 78–85.
4. Іванов С. М. Вплив ключових слів на релевантність сайтів. *Журнал веб-технологій*. 2022. № 2. С. 23–30.
5. Smith J. SEO Analytics and Performance Metrics in Modern Web Environments. *Journal of Digital Marketing*. 2023. Vol. 18, Issue 1. P. 12–25.
6. Lee K. Comprehensive Tools for SEO Evaluation: A Comparative Study. *International Journal of Web Science*. 2024. Vol. 10, Issue 2. P. 101–115.