

УДК 070:004.738.5

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕТОДИКИ SEO-РЕДАГУВАННЯ В УКРАЇНІ

Коломієць М.О.

Київський національний університет культури і мистецтв

Предметом дослідження у XXI столітті усе частіше стають якісні, з позиції редагування, текстові контентні сайти. Створення та редагування SEO-текстів відповідальний та трудомісткий процес. У даному контексті важливо визначити роль та функції редактора у створенні оптимізованого контенту. Тут варто акцентувати увагу не лише на методиках моделювання та впровадження культури тексту сайту, а й сукупності едностей у ньому (форми, зручності користування та сприйняття користувачем-читачем). Важливим є вивчення проблеми створення ідеальної методики роботи з SEO-текстами.

Ключові слова: SEO-текст, SEO-редагування, методика, контент, сайт, текст.

Постановка проблеми. Написання SEO-текстів, ймовірно, найдовший і найвідповідальніший з етапів роботи у процесі внутрішньої оптимізації сайту. Перш ніж намагатись описати механізм редагування у мережі, варто визначитись чим саме є згаданий вид редакторської діяльності.

SEO-текст – це контент сайту, що створений з метою залучення більшої кількості користувачів Інтернету засобами ранжування видачі результатів пошуку.

Провідні відмінності під час створення сучасного SEO-тексту проявляються у читабельності та релевантності, що призводить до збільшення кількості потенційних відвідувачів. Сучасний SEO-текст визначається значенням матеріалу, тематикою, ідеєю та ключовими поняттями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Варто зауважити, що у даній темі працювали як вітчизняні, так і зарубіжні науковці. Серед них: Н. Гребінець [2], С. Давидова [3], Л. Дмитрів [4], А. Кузнецов [5], О. Лутовінова [6], Л. Свиридюк [9], А. Романенко [10], С. Чемеркін [12], Р. Шарпов та Е. Шарпова [13] і багато інших.

Окремої уваги для дослідження поставленого питання заслуговують роботи сучасників: Т. Басюка «Проектування системи автоматизації процесу SEO-оптимізації» (2014 р.) [1]; С. Назаровця «Про рейтинг, антиплагіат, інформаційний простір і як усе це разом зафіксувати» (2010 р.) [7]; О. Сербіна «Згорання/розгорання інформації як спосіб уніфікації і представлення знання у веб-орієнтованому середовищі» (2016 р.) [8]; Н. Романюк «Редакторська підготовка текстових елементів інформаційного інтернет-видання» (2017 р.) [11] тощо.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Варто зауважити, що Інтернет-мова досліджується сучасними науковцями, але провідна проблема постає у тому, що досі не описано ідеального механізму редагування сучасного гіпертексту та моделі SEO-тексту.

Головна мета статті полягає у дослідженні теоретичних засад функціонування української методики SEO-редагування, визначенні ролі та функцій редактора у створенні оптимізованого контенту. З урахуванням мети роботи визначено необхідність вирішення таких завдань:

- дослідження наявної теоретико-методологічної бази;
- визначення поняття мови Інтернету та її впливу на пересічних користувачів;

- виділення групи критеріїв і механізмів створення та редагування якісного SEO-контенту сайту.

Виклад основного матеріалу. Для того, щоб розумілись на редакторській роботі у мережі, варто було б поглянути на сучасні трактування в наукових колах щодо мови Інтернету та її особливостей. С. Чемеркін зазначає, що рівень дослідженості мови в Інтернеті дуже низький. Він припускає, що причина цього криється саме в нестандартності Інтернету як комунікативного явища [12, с. 7].

О. Лутовінова у своєму визначенні Інтернету наголошує на тому, що така своєрідна природа Інтернету неминуче відображається на всіх рівнях комунікації, тим паче на мові, яка слугує головним засобом спілкування та інструментом самовираження [6].

Інтернет, як нова сфера функціонування суспільства, закріплює і продовжує тенденцію демократизації мови, оскільки мова – це та форма нашого існування, що першою починає віддзеркалювати зміни в настроях та почуттях суспільства. Загальна демократизація, в якій важливу роль відіграє Інтернет, посилює ініціативу до волевиявлення і самоствердження. Відсутність регуляторів норми мовлення в Інтернеті призвела до необмежених варіацій спілкування і самовираження через мову тексту – у повідомленнях можна концентруватися на граматичній та орфографічній правильності, а можна передавати чисто суть без дотримання зазначених вище правил.

Схожу думку виражає Л. Свиридюк: «З появою Інтернету істотно змінюється роль тексту в суспільстві, змінюється свідомість особистості в Інтернеті, формується новий, мережевий спосіб життя та мислення, що суттєво впливає на мовну ситуацію» [9].

У своєму тлумаченні поняття мови Інтернету С. Давидова пропонує таку точку зору: «Мова Інтернету – це складна багаторівнева мультимедійна система, що увібрала в себе досягнення усіх традиційних засобів масової інформації» [3]. Справді, мультимедійність мови Інтернету зумовлена тим, що автор може наповнювати публікації як основною складовою – текстом, так і супровідним контентом у вигляді зображень (що прийшли до нас із друкованої ілюстрованої періодики), відеороликів (прототипами яких були сюжети на телебаченні), подкастів, аудіодорожків (що характерні для радіовиробництва).

В умовах глобального розвитку мережі Інтернет, який сьогодні набув максимального охоплення серед пересічних користувачів та споживачів інформації, зовсім не дивно, що велика кількість представників малого, середнього та великого бізнесу, реклами, журналістики та інших галузей презентують свої компанії, товари та послуги саме за допомогою мережі. Сайт з відповідним текстовим та візуальним контентом може допомогти в охопленні ширшої аудиторії, збільшенні кількості переглядів та підвищити рівень релевантності (відповідності) серед пошукових систем та машин, що за ключовими словами та словоформами здійснюють вибірку серед текстів, які будуть здатні задовольнити запит користувача. Створення якісного текстового наповнення потребує певного кваліфікаційного рівня автора та редактора, маючи на меті максимально наблизити цей матеріал до поняття ідеальної одиниці контенту.

Взагалі, на думку Л. Дмитрів, з розповсюдженням мережі Інтернет (яка ще донедавна виконувала суто інформативну функцію, сприймалась як додаткове до традиційних ЗМІ джерел інформації), відбулись значні зміни в поведінці користувачів – видозмінилося значення категорії «комунікант-реципієнт» та «автор-читач», як ключових фігур комунікаційного процесу. Замість засобу масової інформації в установленому розумінні, поняття «Інтернет» стало середовищем масової інформації – місцем обов'язкової присутності для соціально активного населення. Отже, відповідно до концепції «вивільненого авторства», користувачі, які раніше перебували у ролі реципієнтів інформації, водночас стали комунікантами – авторами повідомлень різного ступеня складності [4, с. 10].

З одного боку це свідчить про легкість процесів створення та передавання інформації, наприклад у соціальних мережах, де користувачі перебувають у спільному інформаційному середовищі [2, с. 203], а з іншого це суттєво відбилося на якості вільно поширюваного контенту при наповненні сайтів.

Як відомо, до поняття контенту сайту входить кілька складових – текстовий, графічний та мультимедійний контент. Із розвитком Інтернет-технологій текстовий контент набуває нового значення. Л. Дмитрів зазначає: «...його можна розглядати з погляду методики побудови унікального тексту для зацікавлення користувача через прийоми реклами та PR, SEO-оптимізації під час визначення ключових слів для подальшого поширення через пошуковики тощо» [4, с. 10].

Досліджуючи дану тему, варто звернути увагу на SEO-редагування як процес створення оптимізованого контенту. Це вид роботи коли створюється SEO-текст як провідний інструментарій просування сайту у мережі в пошукових системах. Створення такого контенту обумовлює обов'язкове використання ключових слів й низки домінуючих вимог.

Тож задачі SEO-редагування полягають у наступному:

- підвищення позицій певного ресурсу, який просувається фахівцем за результатами пошукового запиту;
- швидке ознайомлення цільової аудиторії з інформаційним полем;

- поповнення цільової аудиторії активними споживачами чи контент-користувачами.

Враховуючи сказане, ми погоджуємось з тим, що створення контент-наповнення за допомогою копірайтингу це процес, що також має власні механізми впровадження, що складаються з таких етапів роботи SEO-редактора:

1. Знайомство з загальним змістом написаного;
2. З'ясування текстового ядра;
3. Пошук за тематичними запитамі;
4. Створення/корекція тексту;
5. Перевірка контенту на унікальність;
6. Розміщення матеріалу.

Спираючись на праці А. Кузнецова, можна виокремити такі вимоги до SEO-тексту:

- унікальність і оригінальність подачі матеріалу;
- дотримання грамотності та професійності викладу;
- реклама у SEO-тексті має бути прихована чи замаскована;
- відсутність великого перенасичення цитуванням;
- оптимізація усіх сторінок мережевого ресурсу під певний набір ключовий слів;
- побудова структурної розмітки [5, с. 109].

Подібний матеріал буде створювати умови для комунікації між автором і читачем, часто отримуватиме відгук у вигляді коментарів, пропозицій та запитань тощо.

Типи текстів, що створюються за допомогою SEO-редагування абсолютно ідентичні провідним видам текстів, що розміщуються у мережі. Це можуть бути рекламні тексти, статті різного роду та обсягу, і навіть, художня література.

Також варто виокремити низку задач, які вирішуються SEO-редактором під час створення оптимізованого контенту. Першочергово це грамотність, переконливість, тематичність, також важливе дотримання вимог та стандартів сайту, чітка структура, наявність ключових слів, автентичність тексту.

Питання автентичності тексту, зокрема, розглядають сучасні науковці Р. Шарапов та Е. Шарапова, що займаються вивченням форм записування текстів у мережі. Вони пропонують наступну типологію:

- повне чи часткове копіювання з одного джерела у інше;
- копіювання і компонування тексту з декількох джерел;
- копіювання зі зміною порядку цитування [13, с. 122].

Для того, щоб технологія запозичення тексту була не явною, сучасні

редактори застосовують низку заходів та маніпуляцій із текстом. Сюди відносять декілька технологій, а саме:

1. Коректура форм дієслів та відмінків іменників;
2. Вставки аббревіатур;
3. Скорочення тексту, що був запозичений;
4. Вставка та цитування відомих людей, науковців чи посилання на авторитет;
5. Корекція заголовків;
6. Обман систем антиплагіату шляхом зміни літер кирилиці на латиницю;
7. Наповнення контенту синонімами, антонімічними формами чи однорідними словами.

Інформацію, яка поширюється в електронних текстах, достатньо легко проаналізувати, оскільки на сьогоднішній день існує безліч програм, які можуть визначити чи є SEO-текст запозиченим. Серед них велику популярність отримали програми Advego Plagiatus, Text.ru, Findcopy тощо. В редакційній практиці початок роботи з текстом може мати такий алгоритм:

1. Застосування зазначених вище програм, що здатні визначити недоліки написаного тексту;
2. Внесення коректив до уже створеного тексту;
3. Покращення якості контенту.

Без роботи редактора над створенням текстового контенту говорити про якісний інформаційний продукт немає жодного сенсу. Адже, саме наповнення сайту (текстове, візуальне, аудіо тощо) у відповідності до вимог може гарантувати йому більшу кількість переглядів та забезпечити його релевантність для пошукових систем та машин.

Тож виникає питання, яким же чином SEO-редактор має створити якісний та унікальний текст, аби задовольняти запити пошукових ботів і зберегти при цьому загальну архітектоніку сайту і тексту. Слід виокремити наступні механізми:

1. Відмова від використання багаторівневої структури тексту під час написання контенту;
2. Створення читимих посилань з тією метою, щоб кожен користувач розумів наповнення контенту сайту. Адже копірайтер не повинен забувати, що він орієнтується, як правило, на середньостатистичного споживача;
3. Використання html-елементів, flash-контенту, що задовольнить естетичні потреби користувачів. Копірайтер мусить розуміти, що гарний інтерфейс сайту привабливий для користувача, але принципово неважливий для пошукового бота;
4. Застосування внутрішніх лінків, що стануть додатковою допомогою у роз'ясненні інформації для цільової аудиторії.

Ми виділяємо групу критеріїв якісного текстового контенту сайту, що відображають характер подання інформації. Як відомо, показником якості текстового контенту завжди виступає актуальність й інформаційна новизна тексту – публікація нових матеріалів, або матеріалів, що подаються під іншим кутом вже опублікованого тексту, що особливо важливо під час підготовки фундаментальної інформації. Тексти різних жанрів мають віддзеркалювати події та тенденції галузей, доповнюватись новими матеріалами залежно від інформаційного приводу. Саме ці ознаки актуальності інформаційного ресурсу зроблять текст читимим. Критерієм якісного контенту сайту виступає створення авторського стилю тексту, оригінальної витонченої манери письма, також загальна відповідність тексту стилістиці сайту. Розміщення на сайті тексту має слугувати легкості читання, не містити термінології чи незрозумілостей. Тексти специфічного характеру мають супроводжуватись малюнками, графіками, списками та підтвердженими інфографічними даними.

Легкість сприйняття контенту обумовлюється структурованістю тексту, де інформація розподілена на відповідні частини. Не варто штучно збільшувати обсяг тексту, необхідно виділяти лише те, що становитиме безпосередній інтерес для реципієнта.

Також під легкістю читання розуміється виправдане використання шрифтових та не шрифтових виділень, задля увиразнення тексту та акцентування уваги на найважливішому. Вдалим є застосування та поєднання гарнітур та кеглів шрифту, які не відволікатимуть увагу.

Питання редагування мережевого контенту постає нині одним з актуальних та необхідних для сучасників. У своїх роботах А. Романенко наголошує, що в процесі створення SEO-тексту слід дотримуватись наступної моделі:

1. Зміна ділянок тексту;
2. Видалення зайвого;
3. Заміна слів синонімами;
4. Перестановка ключів;
5. Зміна щільності ключових слів;
6. Корекція тексту під перераховані вище значення [10].

Під час редагування тексту змінюється кількість символів, і, відповідно, корегуються і результати аналізу. Після кожного циклу змін варто знову проводити аналіз. Таким чином, автор досягає унікальності опису для всіх сторінок сайту.

Перспективи подальших досліджень. Варто зауважити, що нині поняття SEO-тексту починає усе більше входити до українського Інтернет-медіапростору і набувати усе більшої актуальності як предмет дослідження. Разом з тим, ми не знаходимо достатню кількість праць українських науковців присвячених саме дослідженню проблематики SEO-редагування.

Актуальними для дослідження лишаються питання механізмів створення якісного тексту. Власники сайтів, як правило, наймають копірайтера та редактора, кваліфікаційний рівень яких дозволяє їм створити належне текстове наповнення відповідно до наявних вимог. І якщо фахівець з копірайтингу займається тільки написанням тексту, то робота редактора полягає в тому, аби цей текст був максимально наближеним до поняття ідеальної одиниці контенту. Редактор проводить низку аналізів тексту, що дозволяє встановити його слабкі місця та ввести відповідні правки.

Висновки. На сучасному медійному просторі XXI століття актуальним питанням є створення SEO-текстів та механізмів їх редагування. Важливим є розвиток сфери впровадження сайту, мови у ньому та дотримання граматичних, лексичних й орфографічних норм, що є концептуальними для формування українського медійного контенту. Також, варто акцентувати увагу на тому, що з'являється велика кількість методик щодо ведення та редагування тексту сайтів. На нашу думку це є необхідною умовою для розвитку SEO-редагування як прикладної сфери діяльності.

Список літератури:

1. Басюк Т. Проектування системи автоматизації процесу Seo-оптимізації / Т. Басюк // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Комп'ютерні науки та інформаційні технології. – 2014. – № 800. – С. 92–97.
2. Гребінець Н. Особливості сучасного редагування / Н. Гребінець // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2015. – № 3. – С. 202–207.
3. Давыдова С.В. Язык средств массовой информации / Давыдов С. В. // Linguamobilis. – 2011. – № 2(28). – С. 93–96.
4. Дмитрів Л. Якість текстового контенту сайту з погляду редактора / Л. Дмитрів // Вісник книжкової палати: наук.-практ. журнал. – К.: 2014 – № 9. – С. 10–12.
5. Кузнецов А. Копирайтинг и спичрайтинг / А. Кузнецов // Дашков и К. – М.: 2013. – 260 с.
6. Лутовинова О. В. Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации / О. В. Лутовинова // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена: общественные и гуманитарные науки (философия, языкознание, литературоведение, культурология, экономика, право, история, социология, педагогика, психология). – 2008. № 11. – С. 58–65.
7. Назаровець С. Про рейтинг, антиплагиат, інформаційний простір і як усе це разом зафіксувати / С. Назаровець // Молоді науковці. Інформаційний вісник. – 2010. – № 5. – С. 14.
8. Сербін О. Згортання/розгортання інформації як спосіб уніфікації і представлення знання у веб-орієнтованому середовищі / О. Сербін // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. – 2010. – № 27. – С. 22–30.
9. Свиридюк Л. Вплив неофіційного спілкування в Інтернеті на нормативну мову [Електронний ресурс] / Л. Свиридюк. // Науковий блог. – 2013 – Режим доступу: <http://naub.ua.edu.ua/2013/vplyv-neofitsijnoho-splukuvannya-v-interneti-na-normatyvnu-movu/>
10. Романенко А. Параметри редагування тексту: проблема аналізу / А. Романенко // Проблеми масової комунікації. – 2014. – № 4. – С. 72–79.
11. Романюк Н. Редакторська підготовка текстових елементів інформаційного інтернет-видання / Н. Романюк // Молодий вчений. – 2017. – № 6. – С. 347–349.
12. Чемеркін С. Українська мова в Інтернеті: позамовні та внутрішньоструктурні процеси / С. Чемеркін // НАН України, Ін-т укр. мови. – К.: 2009. – 240 с.
13. Шарапов Р., Шарапова Е. Система проверки текстов на заимствования из других источников / Р. Шарапов, Е. Шарапова // Электронные библиотеки: перспективные методы и технологии, электронные коллекции» – Воронеж: 2011. – С. 121–126.

Коломиец М.А.

Киевский национальный университет культуры и искусств

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МЕТОДИКИ
SEO-РЕДАКТИРОВАНИЯ В УКРАИНЕ****Аннотация**

Предметом исследования в XXI веке все чаще становятся качественные, с позиции редактирования, текстовые контентные сайты. Создание и редактирование SEO-текстов ответственный и трудоемкий процесс. В данном контексте важно определить роль и функцию редактора в создании оптимизированного контента. Здесь стоит акцентировать внимание не только на методиках моделирования и внедрения культуры текста сайта, но и совокупности единств в нем (формы, удобства пользования и восприятия пользователем-читателем). Важным является изучение проблемы создания идеальной методики работы с SEO-текстами.

Ключевые слова: SEO-текст, SEO-редактирование, методика, контент, сайт, текст.

Kolomiets M.O.

Kyiv National University of Culture and Arts

**THEORETICAL BASES OF FUNCTIONING OF METHODOLOGY SEO-EDITING
IN UKRAINE****Summary**

The subject of research in the XXI century is increasingly high-quality text content sites from the position of editing. Creating and editing of SEO-texts is a responsible and time-consuming process. In this context, it is important to determine the role and function of the editor in creating optimized content. Here it is worth emphasizing not only the methods of modeling and implementing the culture of the text of the site, but also the totality of unities in it (forms, user-friendliness and perception by the user-reader). It is important to study the problem of creating an ideal methodology for working with SEO-texts.

Keywords: SEO-text, SEO-editing, methodology, content, site, text.