

Костинчак Х.,  
Студентка магістратури  
Інститут журналістики  
Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка

Kostynchak Khrystyna,  
Master Student,  
Institute of Journalism  
Taras Shevchenko  
National University of Kyiv

УДК 070:004.738

## Пошукова оптимізація новинного сайту: принципи та методи

### Search Engine Optimization for News Websites: Principles and Methods

У статті розглянуто основні принципи та інструменти просування новинних порталів в умовах конвергенції медіа. Досліджуються основні правила просування новинних ресурсів, зокрема нарощування та оновлення новинної бази і залучення читачів за рахунок соціальних мереж. Розглянуто засоби здобуття провідних позицій у пошукових системах, запропоновано комплексні дії на різних етапах розвитку медійного ресурсу.

**Ключові слова:** seo-оптимізація; новинний портал; інтернет; медіа; пошукові системи.

The article describes the basic principles and tools of promoting the online news websites in terms of convergence. The objective of the study is to determine the basic tools and principles of news portals' SEO-optimization and to provide the recommendations on search engine optimization for improving positions on its pages.

The research methods applied in the article are: the methods of analysis and synthesis to study comprehensively the previous scientific works on SEO-optimization issues; the method of comparison to reveal common and differential characteristics at different stages of search engine optimization process; the generalization method to produce general decisions and recommendations on search engine optimization.

We study the basic promotion rules of news resources, such as expanding and updating news basis and attracting the visitors through social networks. The author observes how to gain top positions in search engine optimization representing the comprehensive actions at different stages of development of media resource.

The search engine optimization (SEO) is related directly to visible site in search engine results. Correctly the higher and more often the site will appear on the list, the more visitors it receives. The new internet technologies and Web 2.0 have changed the basic journalistic working process being the challenges to traditional journalism. However due to SEO-optimization the news possibilities have appeared. The scholars contend this type of optimization impacts significantly on journalistic work being an important part of knowledge in the sphere of online communication.

**Keywords:** SEO-optimization; news portal; internet; media; search engines.

**В**ступ. Інформаційна революція вимагає появи нових інформаційних ресурсів та неминуче веде до посилення конкуренції між ними. В таких умовах надзвичайно важливими для власників є методи і засоби просування своїх інформаційних ресурсів на ринку інтерактивних послуг.

Питаннями пошукової оптимізації почали займатися разом з появою і розвитком пошукових систем. Проте проведення довгострокових наукових досліджень у цій галузі ускладнюється швидкими змінами в середовищі глобальних комп'ютерних мереж. Можливо, це є причиною невеликої кількості дисертацій і публікацій з цієї тематики. При цьому брак математичної бази для реалізації прикладних розробок в галузі просування інформаційних ресурсів на

ринку інтерактивних послуг істотно обмежує можливості розробки відповідної маркетингової стратегії.

Методи і принципи SEO (Див. Прим. 1) змінюються з року в рік. Те, що працювало в минулому році, уже може бути неактуальним. Тому потрібно відслідковувати динаміку змін, зважати на вихід нових алгоритмів пошукових систем і працювати на випередження – завчасно готувати ґрунт для успішного подальшого просування.

Метою статті є визначення основних інструментів та принципів SEO-оптимізації новинного порталу та надання рекомендацій з пошукової оптимізації для покращення позицій на сторінках пошукових систем.

**Методи дослідження.** Використано такі методи: аналіз та синтез для детального розгляду





попередніх наукових даних про SEO-оптимізацію; метод порівняння для пошуку спільного та відмінного на різних етапах оптимізації різних ресурсів; метод узагальнення для вироблення загальних рішень та рекомендацій з пошукового просування.

**Теоретичне підґрунття.** Дослідниками, які займалися питанням просування інформаційних ресурсів, є Д. Терепенін та Д. Лисенко. Серед українських дослідників, які вивчали процес SEO-оптимізації, можна знайти роботи Н. Ілляшенко та О. Савченко. Засади SEO-оптимізації з ранжування веб-ресурсів у пошукових системах розглянуто в роботі О. Мар'їної та А. Струнгара. Також цю тему досліджував кандидат філологічних наук О. Градюшко та В. Шикуров. Великий внесок у дослідницьку базу про SEO-оптимізацію для новинних ресурсів зробили Д. Гіомелакіс та А. Вегліс. У своєму дослідженні «Застосування технік пошукової оптимізації в новинних статтях» (Employing Search Engine Optimization Techniques in Online News Articles) вони розглянули питання пошукової оптимізації (SEO) та її реалізацію в інтернет-журналістиці.

**Результати дослідження.** SEO-оптимізацію для новинного сайту можна умовно поділити на дві основні частини: оптимізація на сторінці та оптимізація поза її межами. Перша включає в себе HTML-код сайту, а до іншої відносяться такі ключові фактори, як посилання і соціальні медіа.

Просування новинного ресурсу варто починати з регулярного нарощування та оновлення новинної бази, а також паралельного залучення читачів за рахунок соціальних мереж (посилення соціальних сигналів), реклами, систем обміну трафіком та інших подібних способів.

Новини середнього і низького рівня краще публікувати рано вранці, сенсації та повідомлення з хвилюючою інформацією більш затребувані в обідній час і після закінчення робочого дня. Звичайно ж, це стосується тільки тих новин, які можна не публікувати миттєво, щоб вони не втратили актуальність.

Навіть якщо немає ніяких кореспондентів, які виїжджають на місця подій, тексти новин повинні вказувати на зовсім протилежне, щоб підвищувати авторитет сайту в очах відвідувачів. Просування новинного сайту піде активніше, якщо використовувати прийоми на кшталт «як повідомили спеціальному кореспондентові (назва сайту)» або «наш журналіст підготував матеріали з місця подій».

Перше, що кидається в очі відвідувачам новинних сайтів – мініатюра новини, її заголовок і стислий анонс. Все це має привертати увагу, але при цьому не обманювати. Адже якщо під цікавою назвою або картинкою буде ховатися

досить посередня новина, яка їм не відповідає, природною реакцією відвідувача (особливо, якщо це відбувається з усіма повідомленнями) буде покинути цей ресурс і ніколи до нього не повертатися [1].

1. Сайт робиться для людей. Виходячи з цього пишеться актуальний контент, який може бути цікавий відвідувачам. Для написання новин не підходять «рерайтери по долару за новину». Новини повинні писатися професіоналами, які вміють це робити.

2. SEO-просування як таке не проводиться, пошук з видачі не є переважальним джерелом трафіку. У перші півроку немає ніякого сенсу просуватися в пошуку покупними посиланнями.

3. Основні джерела трафіку новинного сайту: новинні агрегатори, соціальні мережі, закладки (і пошуковий трафік на бренд видання).

4. Навколо ЗМІ повинна формуватися своя аудиторія. Працювати потрібно в соціальних мережах і стимулювати активне коментування новин.

Написання новин як частина просування

1. Новина повинна бути опублікована якомога швидше після звернення факту, на основі якого, ця новина і була написана. Важливо бути першим.

2. Рядові і прохідні новини найкраще публікувати рано вранці, коли велика частина їх і читає (вранці за чашкою кави).

3. Журналісти повинні бути ознайомлені з основами ранжирування сайтів в пошукових системах, повинні вміти переробляти з «заголовка для людей» в тайтл сторінки «для пошукової системи».

4. Журналісти повинні ставити якомога більше посилань з текстів новин на старі новини.

5. Найбільш часто копіюються теми новин (в 90 % випадків з посиланнями на джерело [2]): політика, ексклюзивні і резонансні новини, вузькотематичні новини.

SEO-просування є сенс запускати, коли у сайту є найменший траст (див. Прим. 2) в очах пошукових систем. Для просування посадочними сторінками визначаємо головну сторінку, сторінки категорій і рубрик новин, а також сторінки Wiki-розділу.

Конкретні новини не просуємо, посилання не закупаємо, працюємо тільки в частині внутрішньої перелінковки і навчання журналістів основам SEO, щоб вони швидко писали контент, і хоча б мінімально використовували SEO-оптимізацію.

Після 6-9 місяців роботи над сайтом потрібно закупити трохи якірних посилань на головну сторінку і сторінки розділів новин. За наявного невеликого трасту, сайт поліпшить свої позиції.

Ці посилання є показником, маркером для пошукових систем ключових слів, за якими





потрібно ранжувати сайт, який ми просуваємо. Немає сенсу купувати посилання на молодий сайт. Результату, швидше за все не буде, краще сплатити журналісту пару-трійку додаткових статей на місяць для розміщення на сайті.

Оптимізуючи будь-яку сторінку новинного сайту, можна спиратися на такі рекомендації:

1. Написання заголовку. На цьому етапі необхідно використовувати основні слова/фрази, які люди набирають в пошуковиках. Також бажано використовувати власні імена та назви місць. Крім того, тайтл (Див. Прим. 3) має бути точний, відповідати тексту статті. Бажано уникати аббревіатур.

2. Написання ліду або першого абзацу. Ми рекомендуємо розміщати ключове слово якомога ближче до початку абзацу. Таким чином пошукові машини можуть збільшити релевантність сторінки пошуковому запиту.

3. Використання мультимедійного контенту. В умовах конвергенції відео-контент може підвищити значущість сторінки для пошукової машини. Крім того, такий контент приваблює увагу читачів та збільшує клікабельність на сторінці.

4. Написання HTML-заголовку. Попередні правила заголовків варто застосовувати і для прописування тайтлів. Основні пошукові системи звертають велику увагу на слова, розміщені у тегу <title> і тому він вважається одним з найважливіших SEO-елементів на сторінці.

5. Написання HTML-опису. Журналіст або редактор повинен прописувати унікальний тег <description> для кожної окремої сторінки. Тут має міститися короткий опис тексту, який привертатиме увагу потенційного читача. Використання ключових слів також необхідне.

6. Розміщення текстів в агрегаторах новин (наприклад Google News). Google News є одним з найпопулярніших джерел новин у всьому світі і багато людей використовують його для отримання інформації про щоденні події. Агрегатор Google надає перевагу актуальній, повністю розкритій темі. Крім того, текст має бути оригінальним і унікальним. Близько двох років тому Google анонсував тег news\_keywords – метатег, який використовується для новин Google. Ця нова функція допомагає Google News краще зрозуміти зміст статті.

7. Оптимізація зображень. Тут необхідно використовувати відповідні ключові слова, які описують зображення. Для цього можна використати ім'я файлу або альтернативний текст, який допомагає пошуковим системам визначити, що саме зображено. Цей вид оптимізації є дуже важливим, особливо для зображень на основі пошукових систем, таких як Google Images. Також рекомендується використовувати підписи.

8. URL. Використання відповідних ключових слів у URL-адресі є важливим для SEO. Більшість редакторів використовують ключові слова з назви або ліду. Пошукові системи віддають перевагу веб-сайтам з легким для читання і розуміння URL. Вони повинні вказувати шлях до сторінки та розділу, де знаходиться сама новина.

9. Технічні фактори, що не стосуються виробників контенту, але грають велику роль у SEO-оптимізації. Робочі посилання допомагають відвідувачам швидко знайти інформацію, яку вони хочуть. Крім того, це дозволяє пошуковим системам переглянути всі сторінки на веб-сайті. Іншим фактором, який впливає на пошуковий рейтинг і враховується пошуковими системами, є швидкість завантаження сайту. Цей фактор має бути пріоритетом для власників сайтів, оскільки повільні веб-сайти можуть зменшити час, проведений користувачем на сайті [3].

Що стосується технічних параметрів, в першу чергу необхідно звертати увагу на такі фактори:

1. Дублі сторінок. Недосконалість движків, закриті службові сторінки, неправильно сформована структура сайту – все це може призвести до появи на сайті дублів.

2. Закриваємо від індексації все зайве. Сторінок на новинному сайті багато, і щоб вони краще індексувалися, потрібно максимально полегшити роботу пошуковому роботу. Для цього закриваємо від індексації всі службові і малоінформативні сторінки.

3. Швидкість завантаження. У новинах важлива оперативність. Інформація про новий напад зазвичай з'являється відразу на кількох сайтах і якщо сторінка завантажувється 20 секунд, користувач навряд чи буде чекати і прочитає цю новину в іншому місці.

4. Стабільність роботи сервера. Сайт повинен бути завжди доступний і працювати стабільно, а сервер повинен витримувати стрибки навантаження. Для новинного сайту відразу варто подумати про виділений сервер.

5. Sitemap Карта сайту покращує індексацію, а автоматизація позбавить від необхідності додавати нові URL вручну.

6. Error 404. Якщо сторінки на сайті немає, то сервер повинен давати відповідь 404. Користувачеві в таких випадках потрібно показати красиво оформлену сторінку, що дасть змогу йому перейти на робочі розділи вашого сайту.

7. Кросбраузерність. Протестуйте свій сайт у різних браузерах за різних розширень екрану. Можливо, десь він неправильно відображається і сайт втрачає 5–10 %, а тому збільшується кількість відмов.

8. Мобільна версія сайту. Кількість користувачів, які читають новини з мобільних пристроїв,





зростає. Наявність мобільної версії сайту може стати серйозним козиром у боротьбі за позиції [4].

Ще один великий блок роботи з оптимізації новинного сайту – це покращення поведінкових показників. Це дозволяє в майбутньому піднятися у видачі. Покращити їх можна, звертаючи увагу на такі елементи сайту:

1. Посилання з тексту новин. Посилання на інші тематичні матеріали, уточнювальні посилання допоможуть поліпшити глибину перегляду, збільшать вагу внутрішніх новин та прискорять індексацію сторінок.

2. Тематичні посилання в кінці новин. У кінці новини можна розташувати блок з посиланням на попередній матеріал з цієї ж теми. Наприклад, якщо новина присвячена останньому футбольному матчу, то в кінці можна розташувати посилання на результат попередньої гри.

3. Блок посилань на тематичні новини. Якщо відвідувача зацікавила новина про футбол, цілком можливо, що він захоче почитати інтерв'ю з тренером або прогноз результату наступної гри.

4. Популярні новини. «Гарячі новини», які користуються особливою популярністю, повинні автоматично виводитися в блок «популярні новини». Ефект від такого блоку може бути навіть більше, ніж від тематичних новин.

5. Посилання-картинки. Відмінно працює блок посилань з невеликими фотографіями. Вони можуть супроводжуватися заголовком або коротким описом новини. Крім переходів такий блок може візуально поживити, зробити привабливішим сторінку сайту.

6. Відеоневини. Такі новини дуже подобаються користувачам. І якщо є можливість, то обов'язково необхідно використовувати їх.

7. Посилання на наступну і попередню новину. Такі посилання, оформлені у вигляді графіки (стрілочки) або текстом, будуть додатковим стимулом почитати іншу новину.

8. Виділення пунктів основного меню. Якщо користувач дивиться спортивну новину, то з більшою ймовірністю його зацікавлять й інші спортивні події.

9. Пошук по сайту. Пошук повинен бути доступним на всіх сторінках сайту. Якщо завоювати довіру користувача, то він більш охоче буде шукати іншу інформацію на сайті [5].

#### Примітки

1. SEO (англ. search engine optimization), або пошукова оптимізація сайту – процес коригування HTML-коду, текстового наповнення (контенту), структури сайту, контроль зовнішніх чинників для відповідності вимогам алгоритму пошукових систем, з метою підняття позиції сайту в результатах пошуку в цих системах за певними запитами користувачів. Чим вище позиція сайту в результатах пошуку, тим більша ймовірність, що відвідувач перейде на нього з пошукових систем, оскільки люди зазвичай йдуть за першими посиланнями [https://uk.wikipedia.org].

**Висновки.** Пошукова оптимізація (SEO) безпосередньо пов'язана з видимістю веб-сайту в результатах видачі пошукової системи. Якщо більш конкретно, то чим вище і частіше сайт з'являтиметься в списку, тим більше відвідувачів він отримає. Нові інтернет-технології та Web 2.0 змінили основні журналістські робочі процеси і кинули виклик традиційній журналістиці. Проте завдяки SEO-оптимізації з'явилися і нові можливості. На думку вчених, цей вид оптимізації значно впливає на журналістську роботу і складають важливу частину знань в галузі онлайн-комунікацій.

#### Список літератури

1. Лисенко Д.С., Грідина Є.Г. Фактори формул ранжирування пошукових систем Яндекс і Google // Якість. Інновації. Освіта. 2011. № 3. С. 35 -41.

2. Евдокимов М., Лебединський І. Розкрутка веб-сайта. Практ. посіб. Москва : Вільямс, 2011. 288 с.

3. Sweney, M. (2014). Telegraph to use digital content as backbone of paper. The Guardian. URL : https://www.theguardian.com/media/2014/oct/07/telegraph-overhaul-editorial.

4. Ehrlich, S. (2013). SEO Best Practices: The Impact of Social Media on Search Engine Optimization. Bulldog reporter. Retrieved March 10, 2016. URL : https://www.bulldogreporter.com/seo-best-practices-the-impact-of-social-media-on-search-engine-opti

5. Ledford, L. J. (2009). Search Engine Optimization Bible, second edition, Indianapolis: Wiley.

Надійшла до редколегії 12.06.17

#### References

1. Lysenko, D.S. & Hridina, Ye.H. (2011), "Factors of ranking formulas of Yandex and Google search engines", Yakist. Innovatsii. Osvita [Quality. Innovations. Education], no. 3, pp. 35 - 41.

2. Yevdokimov, M. & Lebedynskiy, I. (2011), Web-Site SEO: a Textbook, Viljams, Moscow, 288 p.

3. Sweney, M. (2014), "Telegraph to use digital content as backbone of paper", The Guardian, available at: https://www.theguardian.com/media/2014/oct/07/telegraph-overhaul-editorial

4. Ehrlich, S. (2013), "SEO best practices: the impact of social media on search engine optimization", Bulldog Reporter, available at: https://www.bulldogreporter.com/seo-best-practices-the-impact-of-social-media-on-search-engine-opti

5. Ledford, L. J. (2009), Search Engine Optimization Bible, 2nd edition, Wiley, 528 p.

Submitted 12.06.17





2. Траст (в пер. з англ.) – довіра (в даному випадку – пошукової системи до сайта). Одними з найважливіших чинників трасту є посилання і їх якість.

3. Title – це заголовок html-документа. Title майже завжди використовується в результатах пошукових систем. Основне призначення тега Title – це точний і стислий опис змісту контенту сторінки.

**Костинчак К.**

**Поисковая оптимизация новостных сайтов: принципы и методы**

В статье рассмотрены основные принципы и инструменты продвижения новостных порталов в условиях конвергенции медиа. Исследуются основные правила продвижения новостных ресурсов, в частности наращивание и обновление новостной базы и привлечение читателей за счет социальных сетей. Рассмотрены средства получения ведущих позиций в поисковых системах, предложены комплексные действия на разных этапах развития медийного ресурса.

**Ключевые слова:** SEO-оптимизация; новостной портал; интернет; медиа; поисковые системы.

