

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ В ВЕБ-ТЕКСТАХ

В последние годы в Беларуси существенно выросла аудитория пользователей, читающих новости в электронном варианте. В этой связи можно утверждать, что современные медиакомпании должны предоставлять возможность потреблять информацию не только через печатное издание, но на интернет-сайте посредством смартфона, планшета, ноутбука, персонального компьютера. Вместе с тем, переход журналистики в интернет-среду предъявляет к веб-текстам особые требования, одно из которых — использование ключевых слов.

Ключевые слова (словосочетания) — это слова, соответствующие тем запросам, которые вводят пользователи в строку поиска. Используются эти слова для продвижения веб-сайтов на высокие позиции в выдаче поисковых систем, что особенно актуально для коммерческих интернет-ресурсов, предлагающих свои товары и услуги. Что касается сайтов средств массовой информации, то наличие ключевых, т. е. важнейших, опорных, отражающих тематику слов в текстах позволяет получить дополнительный приток читателей из поисковых систем интернета — Google, Яндекс, Mail.ru и т. д.

Метод поисковой оптимизации заключается в определении ключевых слов, которые наиболее часто ищут пользователи, и включении их в заголовок и текст публикации. Распространенным творческим приемом является использование в заголовках ключевых слов «белорусы» и «минчане», что приближает новость к аудитории в географическом и культурном отношении. Например, если ввести в строку поиска слово «жодинцы», то на первых позициях окажется сайт местной газеты «zhodinpnews.by». Данный результат был достигнут за счет частого употребления в текстах сайта слова «жодинцы» вместо «жители нашего города», «люди», «население» и т. п.

Ключевые слова в заголовках способствуют лучшему ориентированию читателя в новостной ленте сайта, где на верхний структурный уровень обычно вынесены заголовок, лид и тематическое изображение. В целях экономии времени в бездонном информационном пространстве читатель «сканирует» взглядом

веб-страницу в течение нескольких секунд и принимает решение, насколько интересен и полезен материал для подробного ознакомления. Что же может заставить пользователя перейти по ссылке на полную версию материала? Определенность, информативность и лаконичность заголовков и лидов. Для соответствия этим характеристикам журналисты уделяют пристальное внимание ключевым словам. Для создания качественного заголовка как важнейшего элемента текста в веб-журналистике необходимо выбрать ключевые слова новости, связать их с интересным глаголом в активном залоге и указать название места, где произошло то или иное событие, например: «Минчанина в автобусе хотели обокрасть двое карманников, но одного из них он задержал» (tut.by). Этот творческий метод сегодня используется большинством ведущих интернет-СМИ. Заголовок может также содержать мнение, важное или неожиданное высказывание.

Традиционные газетные заголовки для интернета не всегда применимы. Понимая это, редакция газеты «Советская Белоруссия» адаптирует печатный материал для интернет-версии. Так, метафоричное название статьи «Капли дегтя на свадебной фате» на сайте сменилось емким заголовком «Как свадебные агентства обманывают своих клиентов?», который составлен с учетом требований поисковой оптимизации и может стать запросом пользователя в сети интернет. Газетный заголовок «Красиво тут у вас!» на сайте был уточнен до «Красиво тут у вас!» — иностранцы в восторге от Беларуси». В номере газеты от 07.07.2017 г. на полосе размещен материал с названием «Живая вода Айвазовского», которое для читателей веб-версии издания был развернут следующим образом: «Завтра в Национальном художественном музее открывается выставка «Айвазовский и маринисты» к 200-летию со дня рождения знаменитого пейзажиста». Таким образом, интернет-журналист должен ориентироваться на двух читателей: человека, который прочтет его текст, и робота, который текст проиндексирует и включит в выдачу поисковых систем.

Более высокое место в выдаче поисковика получит страница с контентом, который отвечает условиям:

1. Текст содержит ключевые слова и словосочетания, по которым его, вероятнее всего, будут искать посредством поисковых сервисов. Ключевые слова возникают в тексте сами собой, когда журналист, освещая тему, отвечает на вопросы: что? кто? где? когда? как? почему? Размещенный на сайте текст прежде

других найдет читатель, которого интересуют описываемые вами события, люди, место, время, обстоятельства.

2. Ключевые слова наиболее часто сосредоточены в начале текста. Это также получается автоматически, когда журналист строит текст в виде «перевернутой пирамиды». Важнейшая информация, помещенная в лид и первые абзацы, даст здесь наибольшую плотность ключевых слов.

3. Ключевые слова включены в заголовок и подзаголовки. Хороший заголовок с позиции поисковых роботов — это информативный заголовок. Метафоры, игру слов и смыслов машина не понимает.

4. Текст написан кратко и ясно. Поисковая машина, отыскивая релевантные запросу страницы, отделяет введенные читателем в строку поиска ключевые слова от всей остальной лексики страницы. Когда текст перегружен прилагательными, обширными цитатами, цифрами, жаргоном, канцеляризмами, вводными оборотами и т. д., поисковая система определяет такую веб-страницу в последнюю очередь. Важные для читателя ключевые слова теряются вомножестве лишних слов.

Для хорошей видимости страницы в поисковых системах насыщение текста ключевыми словами должно составлять 6–7% ко всему контенту страницы [1]. Данные рекомендации следует учитывать при публикации материалов в интернете. Сегодня личный профессиональный успех журналиста измеряется не только субъективной и объективной ценностью материала, но также реальными цифрами посещаемости, кликабельности, «шеррами», «лайками» и даже тем, как этот конкретный материал был монетизирован. Важнейшим понятием в отношениях редакции и аудитории становится так называемое семантическое ядро темы, то есть ключевые слова, которые максимально точно и кратко составляют остов темы и являются главными метками как для роботов поисковых систем, так и для пользователей, которые в потоке одинаковых или очень похожих заголовков, лидов, слоганов и анонсов тем на стыке сознательного и подсознательного принимают решение о клике [2].

Таким образом, журналисту в процессе написания веб-текста рекомендуется ориентироваться на механизмы работы поисковых роботов, от правильной интерпретации информации которыми зависит посещаемость веб-страницы. Для того чтобы материал был найден в интернете и стал популярен у пользователей, необходимо

вводить в текст ключевые слова, которые, являясь «каркасом» материала, способствует лучшей видимости страницы поисковыми системами и быстрому усвоению информации читателем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Интернет-журналистика [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://voxfree.narod.ru/journ/journ_060524.html. — Дата доступа: 24.06.2017.

2. Амзин, А. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин и др.; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — 304 с.

УДК655.26:655.533:769.2] (476)

А. С. Пушкина, студ. 2 курса ф-та ПиМ
(БГТУ, г. Минск)

ИСКУССТВО ОФОРМЛЕНИЯ КНИГИ В БЕЛАРУСИ В ПЕРИОД С 1917 ПО 1944 Г.

Искусство оформления книги — одна из самых важных областей художественной культуры. Связь с народной традицией осуществляется здесь повсеместно — как в рисунке, так и гравюре, — и многообразно: непосредственным обращением к формам народного примитива (обрезной раскрашенной гравюре), перенесением в графику принципов полихромии средневекового витража, использованием фольклорных образов. Наиболее последовательно национальная преемственность проявляется в гравюре. Подавляющее большинство литовских книжных графиков работает в традиционной для народного искусства технике деревянной гравюры. Однако обращение к ксилографии — это не только связь с традицией, но и чрезвычайно злободневное осмысление задач книжного оформления.

Еще в 30-е гг. М. Булак одним из первых книжных графиков понял смысл художественных устремлений времени — интерес к пластическим проблемам и сделал успешную попытку решить их, опираясь на национальное чувство скульптурной формы. Особого внимания заслуживает его работа над иллюстрированием и оформлением «Печальной сказки» И. Билюнаса. Публицистическое произведение писателя-демократа художник иллюстриру-