

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

РОЗРОБКА МЕТОДИЧНИХ РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО СТВОРЕННЯ  
НОВИНИХ ТЕКСТІВ ДЛЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ САЙТІВ

Виконавець: Чорна Валентина Юріївна \_\_\_\_\_

Керівник: кандидат філол. наук.

Букіна Наталія Валеріївна \_\_\_\_\_

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна \_\_\_\_\_

Київ – 2022

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. НОВИНИ ЯК ОСНОВА ЖУРНАЛІСТИКИ.....	5
1.1. Новина – універсальний жанр журналістики.....	5
1.2. Критерії, які перетворюють подію у новину.....	7
1.3. Структура новини та її особливості.....	10
1.4. Новинні стандарти. Журналістська етика.....	15
Висновки до розділу 1.....	17
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА НОВИННИХ ТЕКСТІВ В ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯХ.....	19
2.1. Специфіка роботи редактора інформаційного сайту.....	19
2.2. Основні вимоги до написання текстів для інформаційних сайтів.....	22
2.3. SEO-оптимізація новинних текстів.....	27
Висновки до розділу 2 .....	32
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МЕТОДИЧНИХ РЕКОМЕНДАЦІЙ.....	33
3.1. Роль методичних рекомендацій у роботі редактора інформаційних сайтів.....	33
3.2. Характеристика та зміст методичних рекомендацій.....	34
Висновки до розділу 3.....	39
ВИСНОВКИ.....	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44
ДОДАТКИ.....	47

## ВСТУП

**Актуальність теми** дослідження зумовлена швидким розвитком інтернет-видань та популярністю професії редактора. У більшості підручниках важко знайти інформацію, яка справді стане у пригоді під час роботи у сучасних онлайн-ЗМІ, тому дослідження особливостей подання новин та розробка рекомендацій є важливими.

Дослідженням специфіки роботи на інформаційних сайтах займалися А. А. Амзін, Е. С. Бабкіна, З. Вайшенберг, А. П. Захарченко, В. Б. Потяниник та ін. [17; 1; 3; 7; 12].

**Мета роботи:** аналіз новини як жанру журналістики, а також розробка методичних рекомендацій, де зібрані основні вимоги до написання інформаційних текстів для інтернет-ЗМІ.

Визначена мета передбачає вирішення таких **завдань**:

1. розглянути новини з точки зору журналістських жанрів;
2. проаналізувати особливості структури новинних повідомлень;
3. зрозуміти специфіку роботи редактора в інтернет-ЗМІ;
4. визначити основні вимоги до написання новин в інтернет-ЗМІ;
5. розробити методичні рекомендації щодо створення новинних текстів.

**Об'єкт дослідження** – новина як базовий жанр журналістики; специфіка роботи у редакції інтернет-ЗМІ.

**Предметом дослідження** є основні вимоги щодо створення новинних текстів для інформаційних сайтів.

**Методи дослідження.** У дослідженні ми використали теоретичний метод для узагальнення та відбору інформації, метод спостереження допоміг отримати

знання про специфіку роботи на сучасних інтернет-ресурсах. Метод аналізу було застосовано для розгляду дефініцій, метод формалізації – для структурування інформації, яка подана у результатах дослідження.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у розкритті специфіки роботи редактора в інтернет-ЗМІ та обґрунтуванні основних вимог щодо створення новинних текстів для інформаційних сайтів у вигляді методичних рекомендацій.

**Практичне значення одержаних результатів** роботи полягає в тому, що результати дослідження можна використовувати в освітніх установах у рамках предмету «Інтернет-журналістика».

**Публікації.** Основні положення дипломної роботи було викладено в публікаціях:

- Чорна В. Ю. Новини як основа журналістики // Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Київ: НАУ, Інститут міжнародних відносин, кафедра журналістики, 2021. - 573 с.

- Чорна В. Ю. Специфіка роботи редактора інформаційного сайту // Актуальні проблеми соціальних комунікацій: матеріали всеукраїнської студентської наукової конференції. Київ: НАУ, Інститут міжнародних відносин, кафедра журналістики, 2022. (Подано до друку).

**Структура й обсяг дипломної роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів (9 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (30 джерел) і додатків. Загальний обсяг роботи становить 49 сторінок, основний текст викладено на 41 сторінці.

## РОЗДІЛ 1

### НОВИНИ ЯК ОСНОВА ЖУРНАЛІСТИКИ

#### **1.1. Новина – універсальний жанр журналістики**

Щосекунди у всьому світі безперервно відбуваються події різного типу та рівня значення, про деякі з них ми дізнаємося з новинних теле- або радіопередач, про деякі з друкованих ЗМІ, а є новини, яким і зовсім ніхто не придає особливого значення.

Головну роль у формуванні інформаційного «порядку денного» відіграють ЗМІ, а отже, першочергового значення сьогодні набуває такий жанр інформаційної журналістики як новина. Специфіка роботи новинного журналіста полягає в тому, щоб задовольнити інформаційний інтерес суспільства, а також оперативно розповісти про події, які відбуваються у країні та світі.

Професія журналістів новин є надзвичайно важливою для всього суспільства, адже завдяки їхній роботі ми завжди проінформовані та обізнані. Важко уявити, як би ми жили, не знаючи, що відбувається навкруги. У людей, які працюють у редакції, день починається не з чашечки кави, а з подій, що сталися за час, поки всі спали. А в сучасних умовах воєнного стану редакції працюють цілодобово задля того, щоб забезпечувати споживачів актуальною інформацією та в режимі реального часу повідомляти про перебіг подій у світі.

Журналістам доводиться працювати у шаленому темпі та тримати в пам'яті велику кількість інформації, щоб бути зорієнтованим у будь-якій непередбачуваній ситуації, а також швидко переключатися з однієї теми на іншу.

Загалом організовані системи сповіщення виникли досить давно, наприклад, в перській імперії їх використовували ще в 500 р. до н.е. для ведення війни: повідомлення передавались за допомогою вогняних сигналів. Як в античні часи, так і в часи Середньовіччя посланці передавали повідомлення на великі

відстані своїм отримувачам. Суспільні зміни в часи Ренесансу, наприклад винайдення книгодруку, сприяли покращенню передачі повідомлень. У кінці XIII ст. з'явилися перші друковані брошури. Вони розповідали про весілля князів, війни та незвичні явища природи. У ті часи слово «газета» мало значення новини, чогось нового. Демократичний рух XIX ст. сприяв тому, що була створена система новин, яка вдосконалюється й до сьогодні. Були створені перші агентства новин такі, як Reuters та AssociatedPress. Саме тоді поняття новини набуло свого теперішнього значення [2, с. 360-368].

У XXI столітті, в період комп'ютеризації та гіперінформативності, сучасний медіа-простір просто перенасичений різними подіями та сенсаціями. Головна відповідальність за інтерпретування цих подій в новини лежить саме на редакторах інформаційних видань, оскільки вони можуть зробити це швидше, аніж люди, які працюють на телебаченні чи в друкованих ЗМІ.

Навіть в ефірі загальнонаціонального телемарафону «Єдині новини», який транслюється на всіх телеканалах майже з початку війни в Україні, ведучі часто сидять з телефоном в руках, читаючи новини, які вже відписали та розмістили у мережі редактори інформаційних сайтів. Умовний шлях від створення новини до її розповсюдження сьогодні є дуже коротким. Завдяки соціальним мережам ми можемо споживати новини будь-де та в будь-який час доби.

Новини – це елементарна форма журналістського повідомлення і вони інформують нас про події, стан речей та думки інших людей, які для нас є новими або важливими та в обох випадках цікавими [5, с. 131].

Залежно від інформаційного приводу новини розрізняють на такі типи:

- новина-факт - повідомлення про ситуацію, коли новина починається з найважливішого аспекту цієї ситуації;
- новина-подія - повідомлення про подію, коли дотримуватися хронології подій не потрібно;
- новина-цитата - повідомлення про виступ якоїсь важливої людини, яка щось обіцяє або до чогось закликає.

Отже, новина - це оперативне інформаційне повідомлення, яке становить суспільний інтерес. Основною функцією цього жанру вважається забезпечення споживачів об'єктивною інформацією про події, людей та різні явища. Поняття новини набуло свого теперішнього значення ще у XIX ст., проте відтоді структура інформаційного повідомлення змінювалася та трансформувалася, підлаштовуючись під сучасні технології.

Завдяки розвитку інтернету значно спростився процес від створення новини до її розповсюдження, а головну роль у цьому відіграють журналісти. Новини вважаються основним жанром інформаційної журналістики, адже ми з ними взаємодіємо щодня.

## **1.2. Критерії, які перетворюють подію у новину**

Кожна новина має свою цінність, адже становить суспільний інтерес та має на меті проінформувати аудиторію споживачів. Загальний інтерес виникає тоді, коли наявні певні фактори, такі як близькість, емоції, конфлікт, тяжкість наслідків та цікавість, і таким чином створюється зв'язок з публікою [3, с. 84].

Якщо події не здатні викликати емоції в аудиторії та зацікавити читача, то вони залишаються поза увагою журналістів та не інтерпретуються як новини. Головним завданням працівника ЗМІ є знаходження інформаційного приводу, який зможе зацікавити широку аудиторію споживачів та викликати певні емоції.

Для того, щоб події отримали статус новин, вони мають відповідати певним критеріям, серед яких М. Шостак виділяє такі: своєчасність подій, їх близькість аудиторії, конфліктність (складність або драматизм), загальнолюдські теми, масштабність подій або ефект «емоційного поштовху» (щось екстраординарне). Дослідник також звертає увагу на максимальну об'єктивність і фактологічність новин [27].

Водночас В. Здоровега визначає новину як повідомлення, у якому йдеться про щось досі невідоме, що щойно відбулося і заслуговує на увагу громадськості і називає такі головні ознаки новинної журналістики: лаконізм, найвищий ступінь оперативності, правдивість відображуваного факту, неупередженість,

об'єктивність подання інформації, відсутність «шумів», тобто додаткових подробиць, невтручання у виклад за допомогою власних суджень та оцінок, максимальна популярність викладу, доступність мови [27].

Під час відпрацювання інформаційного приводу журналіст має поставити себе на місце читача та відповісти на запитання: «Чи буде ця новина потрібною та цікавою для мене?». У вирі новин набагато легше орієнтуватися, знаючи цільову аудиторію ресурсу, на якому працюєш. Керуючись знаннями про вік, інтереси, вподобання та стиль життя читачів й формується новинна сітка.

Як показує практика, велику кількість переглядів набирають новину про вбивства, насильство, стихійне лихо, розстріл чи катастрофу. Такі новини цікаві широкій аудиторії, оскільки вони зачіпають інтереси великої групи людей, або становлять загрозу їхньому життю. Цей факт підтверджує відомий журналістський вислів: «Де є кров – там є новина».

Річард Карвер у виданні «Свобода інформації. Теорія та практика» запропонував перелік критерій, які визначають важливість і значущість інформації:

- виявлення чи викриття злочину;
  - захист суспільного здоров'я чи безпеки;
  - запобігання введенню в оману громадськості;
  - викриття незалежного використання державних коштів чи інших форм корупції;
  - розкриття конфліктів інтересів у владних структурах;
  - викриття жадібності корпорацій;
  - викриття лицемірної поведінки серед тих, хто займає високі посади
- [9, с. 35].

На стрічці новин інформаційних сайтів необхідними є й так звані буденні новини, навіть попри те, що вони набирають невелику кількість переглядів через регулярну повторюваність. До них можна віднести прогноз погоди чи курс



валют. Хоч ця інформація не становить високої цінності і не є унікальною, вона може стати корисною для кожного користувача інтернет-ресурсу.

Загалом німецькі дослідники Йохан Галтунг та Марі Руж виділили 12 факторів новинної цінності, тобто критерії, які перетворюють події у новини:

- частотність – подія швидше стане новиною, якщо часовий перебіг події відповідає періодичності виходу медіа (це не стосується інтернет-видань, адже новини там можуть з'являтися безперервно);
- амплітуда або зростання інтенсивності – подія повинна перевищити певне граничне значення, щоб бути зареєстрованою;
- однозначність – подія має більше шансів стати новиною, якщо є зрозумілою та однозначною;
- значущість або культурна близькість чи важливість – подія стане новиною, якщо зачіпає особисті інтереси аудиторії;
- відповідність – подія стане новиною швидше, якщо відповідає існуючим уявленням та установкам;
- непередбачуваність або рідкість – подія швидше стане новиною, якщо вона є непередбачуваною, рідкісною або дивною;
- безперервність – на подію, яка вже стала новиною, медіа звертатимуть увагу й надалі;
- варіація – увага на подію знижується, якщо вона сприяє балансуванню і варіюванню загальної новинної картини;
- зв'язок з елітною державою – високу новинну цінність мають події, які стосуються потужних в економічному або військовому плані держав;
- зв'язок з елітними особами – високу новинну цінність мають події, які стосуються відомих, авторитетних, впливових осіб;
- персоналізація – подія має більше шансів стати новиною, якщо вона є персоналізованою, в ній сильно виражені дії або доля людей;
- негативізм – подія приверне більшу увагу, якщо вона стосується конфлікту, суперечки, агресії, руйнування або смерті [6].

Варто зазначити, що найбільший інтерес у читачів викликає так званий «негативізм». Такі новини набирають велику кількість переглядів, проте журналістам не варто цим зловживати для того, щоб не перетворити новинну стрічку у некролог чи кримінальну хроніку. При наповненні сайту важливо пам'ятати про об'єктивність подання інформації та цінності, які закладені у мануалі конкретного медіа.

Недосвідчений журналіст не завжди може відразу знайти вагомий інформаційний привід через те, що у мережі є багато так званого «новинного сміття». Причиною цього є розповсюдження численних прес-релізів, метою яких є піар приватних компаній, державних установ чи поширення вигідної комусь позиції. Журналіст повинен критично оцінювати матеріали такого роду, а також «фільтрувати» нішові вузькопрофільні новини, які не здатні зацікавити читача конкретного медіа-ресурсу.

Також при виборі інформаційного приводу варто пам'ятати, що середня тривалість життя новини - 24 години. Ніхто не читатиме про те, що сталося вчора, оскільки ці події вже втратили свою актуальність, а споживачі вже прочитали їх на іншому ресурсі.

Отже, не все, що відбувається навколо нас може стати новиною. Журналістам необхідно дуже ретельно обирати інформацію для того, щоб вона користувалася увагою аудиторії та могла бути розміщена на сайті.

Загалом новинне повідомлення має становити суспільний інтерес, а події, які не здатні викликати емоції у читача, не можуть бути інтерпретовані у цей журналістський жанр. Найбільший інтерес у читачів викликають негативні події про смерть, катастрофи чи конфлікти, проте журналісти не повинні зловживати таким контентом заради рейтингів.

### **1.3. Структура новини та її особливості**

Від інших інформаційних жанрів журналістики новина відрізняється специфічністю своєї структури. Некоректна подача інформації може зіпсувати

сприйняття навіть найцікавішого матеріалу. Саме тому для забезпечення якісної новини журналісти повинні оперувати основними правилами подачі інформації.

Зазвичай у журналістському середовищі про написання новин говорять як про ази. Але насправді, це не найпростіше у журналістиці. Навпаки, сучасний формат інформаційного тексту - вінець еволюції журналістських жанрів. В інтернеті новини позбулись усього зайвого, щоб найефективніше доносити інформацію до неуважної аудиторії. Вони стали універсальними - певно, тому їх так яро копіюють. Видань, які роблять стабільно якісний інформаційний контент власноруч, а не передирають в інших, в Україні замало [19].

Новина пишеться за формулою «перевернутої піраміди», яка базується на тому, що на початку тексту розміщується найважливіша інформація. Потім, за принципом віддалення, новина містить другорядні деталі.

Практикувати дану схему почали ще за часів Другої світової війни. Тоді новини передавали за допомогою телеграфу, зв'язок коштував дорого, був повільним, нестабільним та існував ризик його різкого обриву. Тоді люди навчилися уникати зайвих передмов, спочатку намагалися дати найважливішу інформацію, а вже потім розмовляли про другорядне. Для сучасного суспільства цей принцип вже став звичним, адже існує вже, як мінімум, півтора століття.

Один з найвідоміших пірамідальних текстів був опублікований в газеті The New York Herald 15 квітня 1865 року. Це еталонне повідомлення стисло розповідає про вбивство президента США Авраама Лінкольна та є зразковим втіленням цієї структури в житті [25]. За сучасними мірками ця історія, мабуть, здається досить старомодною, анітрохи не схожою на «живий, пізній» стиль сьогоденної доставки мультимедійних новин. Але у 1865 році це означало революційний відхід від способу звичайного подання новин [23].

Одним із плюсів «перевернутої піраміди» є її практичність та легкість редагування. Якщо текст новини виявиться, наприклад, занадто великим, можна прибрати трохи інформації знизу, водночас основний зміст не постраждає і не спотвориться.

Перша частина новини є найважливішою, оскільки аудиторія читачів завжди оцінює новину, орієнтуючись на якість формулювання заголовку та ліду. Читаючи перші рядки, людина відразу розуміє, чи цікавить її даний контент, чи буде його прочитання корисним для неї та чи готова вона витратити на це свій дорогоцінний час. Тобто, схема є дуже зручною як для журналістів, так і для читачів. За результатами опитування компанії Outsell, 44% читачів Google News читають лише заголовки [4].

Варто погодитися з О. Амзіним, який стверджував, що час швидко змінює поняття про якість заголовка. Дослідник виділив кілька вирішальних факторів, що впливають на якість назви новини: зручність для читання, привабливість, інформативність, стислість [17].

Людина, яка читає стрічку новин в інтернет-ЗМІ, не приділяє увагу всьому тексту, натомість концентрується лише на окремих фразах. Таким чином, задовгий заголовок не сприйматиметься аудиторією. Щоб зробити його коротшим, потрібно по черзі викидати кожне слово, й стежити, без яких фраз заголовок утратить свій основний сенс.

М. Кім стверджує, що мета заголовка – дія, тобто він повинен заінтригувати, привернути увагу, і звісно, відповідати тексту. У більшості випадків він робить вирішальний вплив на сприйняття матеріалу. Часто тільки через один інтригуючий або сенсаційний заголовок люди зупиняють свій вибір на тому чи іншому інтернет-виданні [27]. Водночас, основна якість заголовка, якою іноді гребують українські медіа - це те, що він має відповідати тілу новини.

Особливо важливим заголовок є для інтернет-ЗМІ, оскільки їх рейтинг великою мірою залежить від кількості переглядів новини, а вже від рейтингу залежать і ціни на рекламу на цьому ресурсі. Для збільшення заходів на сайт журналісти іноді додають у заголовок певну інтригу. Проте не варто перебільшувати і додавати слова на кшталт «сенсація», «шок», «ви не повірите» - подібні заголовки перетворюють ресурс на жовте видання або таблоїд, а довіра до таких ЗМІ в апоріі нижча ніж до серйозних видань [4].

Краще не намагатися всілякими способами створювати інтригу або робити зі звичайної новини - сенсацію, адже в кінцевому результаті це може знизити рівень довіри читачів до видання. Варто зрозуміти, що заголовки - базовий формат інформування аудиторії, а текст усередині читатимуть тільки ті, хто має час і потребу.

Лід – це абзац, який випереджає новину і містить відповіді на найважливіші запитання. Ця частина тексту найчастіше є «каменем спотикання» для багатьох журналістів, оскільки або ігнорується, або формулюється неправильно.

Лід покликаний представити читачам статтю, привабити їхню увагу, але найважливіша його функція - зорієнтувати читача в змісті матеріалу. У західній пресі лід набув надзвичайно широкого застосування у 1980-ті роки. Саме тоді були зроблені точні статистичні підрахунки, які засвідчили, що читач за 3-5 секунд проглядає заголовок; 30-40 секунд витрачає на ознайомлення з лідом і 3-5 хвилин - на цілий текст. А відтак стало зрозумілим, що «лід» - проміжний між заголовком і текстом етап сприйняття читачем матеріалу, який має вирішальне значення для просування новин у свідомість читача [21].

Вважається, що основними функціями ліду є інформативність та мотивація. Щодо першої, то лід повинен містити дані, які допоможуть споживачу зрозуміти основний сенс новини. А під мотиваційною функцією мається на увазі інтригування читача, яке спонукатиме його ознайомитися з повним текстом матеріалу.

Особливістю сучасної структури новини є те, що текст не повинен містити зайвої інформації, оскільки вона, у більшості випадків, не зацікавить читача. Зайвими фрагментами вважаються ті, від відсутності яких не зміниться зміст викладеного та не втратиться його важливість і цінність. Більше дізнатися про мистецтво короткого та переконливого викладу тексту, без мовленнєвого сміття, фальші та штампів, можуть допомогти рекомендації з книги М. Ільяхова та Л. Саричевої «Пиши, скорочуй».

Кожна людина, яка виділяє час на прочитання новин, хоче знати відповіді на запитання, які його цікавлять. Таким чином, якісний текст інформаційного повідомлення не можна написати так, як хочеться журналісту. Основна робота і задача журналіста – дати читачу відповіді на запитання у формі короткого логічного тексту. Традиційно ці питання виражаються формулою 5W + H:

- What? (Що)
- Who? (Хто?)
- Where? (Де?)
- When? (Коли?)
- Why? (Чому, навіщо?).
- H - це How ?, тобто "Як?".

Будь-яка новина будується за чіткою і стандартною схемою: заголовок, підводка або лід, відповідь на п'ять запитань W та одне H, цитата, яка підкріплює заголовок або лід. На відміну від розширеної новини, звичайна може не містити відповіді на питання «чому?» [29].

На самому початку новини редактор має дати відповіді хоча б на три вищенаведені запитання. Практикуючись у створенні новин, важливо перевіряти себе, пропускаючи текст через ці питання.

Отже, головною особливістю такого журналістського жанру як новина є наявність чіткої структури. Сучасні новини пишуться за допомогою схеми «перевернутої піраміди», коли на початку тексту подається основна інформація, а потім – другорядна. Ця структура з'явилася ще за часів Другої світової війни, адже через обмежені можливості зв'язку у ті часи люди намагалися спершу розповісти найважливішу інформацію.

Найчастіше аудиторія не дочитує новину до кінця, оскільки може дізнатися все найголовніше, прочитавши заголовок та лід. Саме тому важливо підібрати влучний вступ, який змусив би читача зануритися у зміст новинного повідомлення. Заголовок повинен відповідати тілу новини і водночас бути цікаво сформульованим та лаконічним.

Основна робота і задача журналіста – дати читачу відповіді на запитання у формі короткого логічного тексту. Традиційно ці запитання виражаються формулою 5W + H.

#### **1.4. Новинні стандарти. Журналістська етика**

Для того щоб робити свою справу якісно, тобто писати новини на професійному рівні, слід дотримуватися журналістських стандартів, які були визначені Декларацією принципів поведінки журналістів. Цю Декларацію було проголошено як стандарт професійної поведінки журналістів, які займаються збиранням, передачею, розповсюдженням і коментуванням новин та інформації, висвітленням подій. Загалом, можна виокремити шість основних новинних стандартів:

- **Баланс думок:** зібрано думки всіх сторін конфлікту чи всіх важливих гравців, коли йдеться про подію чи проблему.
- **Оперативність:** подача інформації у найближчому випуску теле- чи радіоновин, номері газети, журналу, максимально швидко в онлайн-медіа.
- **Достовірність:** ідеться про те, звідки, з яких джерел надійшла інформація і чи компетентними є ці джерела.
- **Точність:** відповідність кожного поданого факту реальності; дослівність цитування, переказу думок.
- **Відокремлення фактів від коментарів:** у новинах неприйнятні жодні оцінки й висновки журналіста (ведучого чи репортера), кожна суб'єктивна думка має бути чітко позначена.
- **Повнота:** наявність ключових даних про подію, тобто з новини має бути зрозуміло, що, коли, де, як і чому сталося, хто до цього причетний [24].

Порушення вищенаведених стандартів передбачає етичну, а в окремих випадках, навіть юридичну відповідальність. Журналіст, який оприлюднив неправдиву чи неточну інформацію про певну людину або установу, може постати перед судом. А якщо там визнають його провину, працівник ЗМІ буде змушений сплатити моральну компенсацію. Варто зауважити, що часто випадки

із порушенням журналістських стандартів трапляються не навмисне, оскільки причиною може стати брак професіоналізму і необізнаність журналіста.

Часто через бажання подати новину максимально оперативно, журналісти нехтують іншими стандартами, особливо це стосується онлайн-ЗМІ. У випадку поширення неперевірених та незбалансованих новин ЗМІ втрачає свою головну функцію - доносити до людей лише правдиву інформацію [4, с. 29]. Саме тому, журналіст, який є професіоналом у своїй діяльності, повинен вміти швидко опрацювати інформацію для того, щоб подавати її максимально повно та якісно.

Одним з найпоширеніших і грубих порушень журналістських стандартів є розміщення на сайті замовних матеріалів, для ідентифікації яких використовують термін «джинса». Метою таких текстів є створення позитивного чи, навпаки, негативного іміджу щодо конкретних чиновників, бізнесменів та установ. Зазвичай «джинса» має комерційний чи політичний підтекст.

Важливо зазначити, що просування конкретних інтересів не має нічого спільного з неупередженою та об'єктивною журналістикою, до якою прагнуть всі свідомі громадяни країни. Щоб уникнути розповсюдження «джинси» важливо критично оцінювати матеріали, а рекламні тексти на інформаційному сайті, згідно з українським законодавством, повинні бути позначені відповідним чином.

Згідно з даними Інституту масової інформації, найвищий рівень дотримання професійних журналістських стандартів у четвертому кварталі 2021 року (понад 96% матеріалів, написаних без порушень професійних стандартів) показали такі сайти: Суспільне, Дзеркало тижня, Ліга, Українська правда, Бабель, Громадське. Найгірші показники з дотримання професійних стандартів стабільно демонструє сайт Політека, на якому лише 22% матеріалів не містили порушень базових стандартів професійної журналістики (і більшість із них були репостами з інших медіа) [20].

У своїй роботі журналісти не мають нехтувати й етичними стандартами, які були затверджені в кодексах професійних організацій. В Україні діє Кодекс



етики українського журналіста, який був підтриманий Національною спілкою журналістів України та Незалежною медіа-профспілкою України.

За порушення встановлених норм та правил журналісту загрожує відповідальність перед суспільством. Згідно зі статутом українського та інших міжнародних кодексів, вагомими порушеннями є розповсюдження плагіату, безпідставні звинувачення, наклеп, отримання хабара задля публікації, приховування інформації, недостовірні дані із соціальних мереж та політична заангажованість.

При висвітленні злочинів та подій, які пов'язані з насильством, у матеріалі заборонено вказувати імена неповнолітніх осіб, які мали певне відношення до цієї справи. Журналіст має поважати приватне життя людини і розуміти, до яких наслідків це може призвести.

Отже, журналісти повинні публікувати свої матеріали лише за умови, що вони відповідають загальноприйнятим журналістським принципам та нормам. Ці стандарти - баланс думок і точок зору, достовірність, точність, повнота, відокремлення фактів від коментарів, оперативність подачі інформації - були визначені Декларацією принципів поведінки журналістів.

За порушення вищенаведених стандартів журналісти можуть поплатитися власною репутацією та місцем роботи. Водночас існує юридична відповідальність за поширення недостовірної інформації. У жодному разі журналістам не можна нехтувати одним стандартом заради іншого, оскільки це суперечить терміну «журналістика».

## **Висновки до розділу 1**

Новина – це інформаційний жанр журналістики, який набув особливої популярності з розвитком інтернет-ресурсів. Новинне повідомлення має чітку структуру подачі інформації та характеризується стислим викладом ключових фактів щодо певної події, яка сталася нещодавно. Кожна новина має свою цінність, адже становить суспільний інтерес та має на меті проінформувати аудиторію споживачів.

Новини створюються за принципом «перевернутої піраміди», який передбачає, що найважливіша інформація, – основне повідомлення, – міститься на початку тексту. Далі, за принципом віддалення, розміщується другорядна інформація.

Найважливішими частинами новинного повідомлення є заголовок та лід. Вони повинні бути чітко сформульованими, відповідати тілу новини, а також заохочувати читача переглянути увесь зміст новини.

Основна робота і задача журналіста – дати читачу відповіді на питання в формі короткого логічного тексту. Традиційно ці питання виражаються формулою 5W + H.

Для того, щоб писати новини якісно, журналіст повинен дотримуватися журналістських стандартів - баланс думок і точок зору, достовірність, точність, повнота, відокремлення фактів від коментарів та оперативність подачі інформації. За порушення вищенаведених стандартів журналісту може загрожувати не лише етична, а й юридична відповідальність. Особливо уважними потрібно бути при висвітленні подій, які стосуються неповнолітніх, потерпілих та людей, яких підозрюють у тяжких злочинах. Журналіст має неупереджено подавати конкретні факти, а не шукати винних і показувати свою прихильність щодо певної особи. Під заборонаю є й розміщення маніпулятивних матеріалів та «джинси», яка має на меті просунути погляди певних політичних сил, бізнесменів чи установ.

## РОЗДІЛ 2

### СПЕЦИФІКА НОВИНИХ ТЕКСТІВ В ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯХ

#### 2.1. Характеристика роботи редактора інформаційного сайту

З кожним днем у світі все більше зростає популярність інтернет-видань, водночас друкована преса занепадає. Це зумовлене тим, що сучасні технології дозволяють споживати інформацію практично відразу після події, а новинна стрічка сайту регулярно оновлюється.

Інтернет стає все доступнішим і швидшим, тому людям не потрібно переплачувати за щоденні газети та журнали. Крім цього, мережа значно розширює можливості читачів, оскільки дає змогу переглянути фото чи відео з місця події, а також залишити свій коментар.

Насамперед, поява онлайнових ЗМІ спричинила зростання ролі оперативності як основної вимоги до нової інформації. Якщо раніше найбільш оперативними вважалися телевізійні новини, то зараз інтернет значно випередив їх за цим показником. Завдяки різноманітним пристроям – комп'ютерам, смартфонам, мобільним телефонам, ноутбукам тощо – людина може отримувати новини, наприклад, під час дороги на роботу або під час обідньої перерви [4].

Одними з найпопулярніших видань у світі станом на кінець 2021 року є BBC, CNN, Reuters, The New York Times, Deutsche Well, Associated Press News та багато інших. У багатьох зарубіжних інтернет-видань є україномовні версії, а з початком повномасштабної війни на території нашої держави увага світу прикута саме до подій в Україні. Загалом в інтернет-ЗМІ висвітлюються міжнародні події на різні теми: політика, економіка, культура, технології, наука, шоу-бізнес та інші.

М. Чабаненко заявила, що виділити інтернет-видання можна за ознаками:

- наявність редакції;
- інформація на сайті організована професійно;

- повідомлення мають соціально-значущий характер і можуть зацікавити масову аудиторію;
- використання різних журналістських жанрів;
- помітні партнерські зв'язки сайту з іншими інтернет-ЗМІ;
- медіа-контент сайту оновлюється не рідше ніж раз на тиждень;
- достатній рівень відвідуваності [15, с. 50].

Варто відзначити, що найважливішою ознакою є наявність редакції, адже саме завдяки цим людям на стрічках новин з'являються новини, які ми щодня звикли читати. Редакція - це група людей, які активно працюють над тим, щоб усе, що стається навколо, потрапляло в інформаційний простір у прийнятному вигляді якомога швидше. Крім спільної справи, вони об'єднані дещим більшим – ідеєю, яку транслюють у маси [28].

Найчастіше посада «редактора стрічки новин» є першою сходинкою у журналістській кар'єрі. Саме цей вид діяльності допомагає ближче познайомитися з обраною професією, зрозуміти всі «підводні камені» та специфіку роботи редакції.

Редактор інтернет-видання є тим універсальним ключовим працівником редакції будь-якого онлайн-ЗМІ незалежно від його розмірів та штату редакції. В його обов'язки входить моніторинг інформаційного поля України та світу, заповнення стрічки новин за алгоритмами SEO, взяття оперативних коментарів, підбір фото тощо.

Традиційна редакторська діяльність дуже відрізняється від роботи працівника онлайн-ЗМІ, оскільки фахівець названого профілю має більше зобов'язань, які пов'язані як зі швидкістю, так і з якістю роботи.

За словами дослідниці В. Фролової, авторсько-редакторська максима у питаннях бездоганного створення та відтворення тексту завжди залишалася головним змістом професії редактора [14]. Наразі редакційний процес зазнав змін, спричинених онлайн-овою, гіпертекстовою, інтерактивною природою інтернету. Якщо у традиційних ЗМІ редактор сприймається як фахівець, що переважно займається редагуванням, то в інтернет-ЗМІ мова йде про

транспрофесіонала, що поєднує компетентності редактора, журналіста та менеджера, а також несе відповідальність за стратегічний вибір методів та засобів представлення контенту [1].

Відмінності принципів створення інформаційного контенту в інтернет-мережі опрацьовував й український медіадослідник Артем Захарченко. У своїй книзі «Інтернет-медіа» він наголошував на тому, що редактор та журналіст, які працюють в «онлайні», мають звернути увагу на:

- клікабельність заголовків (влучний інтригуючий заголовок має містити дію, а також стосуватися інтересів аудиторії – можна виносити фрази, що зачіпають питання безпеки, комфорту, стану гаманця, звичок, розваг);
- простоту викладу інформації (новинне повідомлення має легко сприйматися з першого разу та не викликати зайвих запитань. Не варто перенасичувати текст складнопідрядними та складносурядними реченнями, а також художніми порівняннями, епітетами і метафорами).
- структурування тексту (значний за обсягом матеріал варто розбивати на кілька частин. Лінією поділу між фрагментами можуть бути короткі підзаголовки, марковані списки, фото- або відеоконтент).
- персоніфікована подача інформації (читачі мають знати представників редакції, які наповнюють новинну стрічку, оскільки персоніфікація підвищує рівень довіри до медіа. Доречним буде на сайті видання розмістити фотографії, короткий опис та посилання на сторінки у соціальних мережах членів робочого колективу) [7].

Отже, у зв'язку з тим, що інтернет став найважливішим засобом масової інформації, у світі збільшилася кількість інформаційних онлайн-видань, які висвітлюють важливі події та задовольняють суспільний інтерес.

Специфіка роботи в таких компаніях дещо відрізняється від діяльності традиційних друкованих ЗМІ. Зокрема, сучасний фахівець, який обіймає посаду «редактор сайту» має володіти цілим комплексом знань та навичок, що допоможуть виданню завоювати аудиторію та стати успішним мережевим виданням.

Основними обов'язками редактора стрічки новин є моніторинг інформаційного поля України та світу, написання інформаційних матеріалів, створення влучних заголовків, заповнення SEO-блоку, взяття оперативних коментарів, підбір фото.

## **2.2. Загальні вимоги до написання новин для інформаційних сайтів**

Редактор інформаційного сайту має розуміти, що новина – це не просто набір слів, а чітко сформоване повідомлення з важливою для реципієнта інформацією про важливу подію. Новина завжди складається із:

- заголовку;
- підзаголовку;
- ліду;
- тіла новини;
- бекграунду.

При написанні новин редактор має проаналізувати, наскільки важливою і цікавою для читача є дана інформація. Найбільш значимою інформацією, згідно з вимогами редакції, вважається та, що може зацікавити читачів та якимось чином вплинути на їхнє життя.

В першу чергу потрібно звертати увагу на заяви президента, прем'єр-міністра, події пов'язані з людськими втратами, резонансні інциденти. Водночас події міжнародного рівня є не такими важливими, тому потрібно орієнтуватися в пріоритетності повідомлень, які можуть бути розміщені на сайті. Не варто відкладати на потім новину, яка може спричинити суспільний резонанс, оскільки читач може прочитати її на іншому інформаційному ресурсі, а сама новина втратить свою цінність через порушення журналістського стандарту про оперативність. Такі затримки в роботі негативно впливають на рейтинг видання та показник професійності самого редактора.

За якість новинного повідомлення несе відповідальність редактор, який його створив. Звичайно, у сучасних медіа є літературні редактори або, як їх ще називають, коректори. Вони можуть виправити помилки, вказати на неточності

у граматиці та пунктуації, але у більшості випадків коректор вичитує текст новини вже після того, як вона з'являється на стрічці. Якщо є сумніви щодо написання певного слова чи речення, ми рекомендуємо користуватися допоміжними сайтами, наприклад, Online Corrector, LanguageTool, які автоматично виділяють помилки.

Редактор інформаційного сайту повинен бути уважним при написанні тексту, адже через велику кількість помилок реципієнти можуть покинути цей сайт та піти на інший. Грамотність текстів впливає на ранжування сайту, а смислове наповнення, відсутність «води» - на поведінкові фактори читача. Таким чином, неуважність редактора часто наносить чималий удар репутації всьому виданню. У більшості випадків українські ЗМІ мають дві версії сайту – україномовну та російськомовну, тому грамотність є базовою вимогою до роботи журналіста.

Під час роботи на стрічці новин редактор має самостійно шукати інформацію, яку у подальшому опублікує на сайт. Для цього важливо користуватися послугами інформаційних агентств, моніторити заяви українських та міжнародних чиновників, слідкувати за оновленнями у європейській пресі, на офіційних телеграм-каналах та у соціальних мережах.

Іноді новини, які потрібно відписати, дає випусковий редактор інтернет-ЗМІ. Але загалом він слідкує за відповідністю статей редакційній політиці видання, вичитує всі тексти на змістовність і загальну картинку, відсутність штампів, фейкових новин, закостенілих метафор, порівнянь. Частіше за все, затверджує заголовок, а також перебуває в постійній і безперервній комунікації з журналістами, редакторами, коректорами, дизайнерами тощо [28].

При написанні тієї чи іншої новини важливо звертати увагу на першоджерело. Часто редактори переписують новину з інших медіа, навіть не звертаючи увагу на джерело інформації, проте так не можна робити у жодному разі. Посилання на першоджерело у новині є обов'язковим. Водночас потрібно посилатися не на першу сторінку видання, а безпосередньо на передрукований матеріал.

При відпрацюванні інформаційного приводу потрібно уважно стежити за розвитком події, і потім оперативно повідомляти про нові факти, подробиці, коментарі та реакції. Редактор не має боятися своєчасно брати коментарі у експертів чи надсилати інформаційні запити до державних установ щодо певного питання. Наявність подробиць чи ексклюзивів, яких немає у конкурентів, зробить роботу більш результативною, вплине на популярність матеріалу, а також підвищить репутацію самого редактора.

При написанні новини важливо думати про людину, яка читатиме ваш матеріал. Зрозуміло, що ніхто не любить читати «полотно з інформації», тобто суцільний довгий текст. Саме тому потрібно розбивати матеріал на блоки, використовуючи підзаголовки. Між абзацами доречно буде вставляти посилання на інші матеріали, фото або відео, які відповідають темі.

Різноманітні засоби привернення уваги актуальні і в тому сенсі, що користувач інтернет-видання не читає, а «сканує» сторінку, обираючи в процесі сканування тексти для прочитання. Тому спеціалісти рекомендують перед публікацією тексту на сайті максимально адаптувати його для читацького сприйняття – за допомогою виділення ключових слів (кольором, іншим шрифтом, гіперпосиланнями), а також заголовків і підзаголовків [27].

Основною задачею редактора інформаційного сайту є привернення аудиторії, тому важливо утримати увагу читача різними способами. У тексті потрібно залишати лінки, тобто посилання, які дозволять переходити з однієї сторінки на іншу. Чим довше читач залишиться на сайті, тим краще це вплине на рейтинг видання.

На кожному інформаційному сайті новини групуються за рубриками, наприклад, політика, спорт, лайфстайл, здоров'я тощо. При написанні тексту важливо обрати рубрику, яка відповідатиме темі новини. Наприклад, новина про призначення нового прем'єр-міністра не може бути у рубриці економіка, а новина про виплати пенсій – у рубриці про політику. Це дуже важливий нюанс, адже читач може зайти на сайт, перейти у потрібну йому рубрику, а в результаті



не знайти необхідну інформацію через те, що неуважний чи непрофесійний редактор помістив новину в інший розділ.

Ми вже з'ясували, що нехтування оперативністю має негативний вплив на рейтинг видання, тому редактор завжди має тримати руку на пульсі та бути готовим до швидкого висвітлення резонансних подій. Серед них можуть бути новини, які спочатку краще публікувати неповними та з мінімумом інформації. Це дозволено робити, хоча багато хто може назвати це порушенням журналістських стандартів. Якщо новина стосується, наприклад, призначення президента, прем'єр-міністра або смерті відомого чиновника, то її необхідно ставити «флешкою», оскільки ця подія може одразу привернути увагу читача навіть без додаткових деталей.

«Флешкою» журналісти називають новину, яка складається із заголовка, підзаголовка, ліду та, можливо, ще декількох речень з найголовнішими даними. Зазвичай на публікацію такої оперативної інформації редактору дається 3 хвилини. В цьому випадку навіть кожна секунда має значення, оскільки від швидкості редактора залежить те, на якому виданні читач вперше побачить цю новину. Наприкінці тексту обов'язково повинні бути слова «новина доповнюється». Звісно, «флешкою» новина не залишиться, оскільки після публікації редактор має доповнити інформацію всіма важливими деталями.

Надзвичайна оперативність інтернет-ЗМІ у публікації новин має як позитивні, так і негативні аспекти. Оновлення інформації в інтернеті може бути щохвилинним, а обсяг публікацій необмеженим, відповідно, часу на їх підготовку у журналістів набагато менше, тому, як правило, більшість інтернет-ЗМІ користуються послугами мережевих інформаційних агентств або передруковують інформацію з інших сайтів, змінюючи лише заголовки. При цьому тексти часто не перевіряються на достовірність, а контролювати інтернет-ЗМІ з юридичної точки зору дуже складно, тому в мережі дуже часто поширюється неправдива інформація [27, с. 72].

Важливою складовою тіла новини є фото, яке відповідає змісту інформації. Воно завжди має бути гарної якості, не містити водяних знаків та сцен

насильства. Не варто використовувати постановочні світлини, на фото має бути показана дія, наприклад, проведення прес-конференції, аварія, футбольний матч. Завантажувати фото дозволено лише з офіційних джерел чи фотобанків (Depositphotos, Getty Images, Уніан фото, Pexels, Unsplash), на які редакція має підписку. У новині обов'язково потрібно вказати автора зображення.

Великою перевагою редактора є володіння навичками Photoshop, оскільки у цій програмі можна робити ілюстративні колажі, які привертатимуть увагу користувача інтернет-ресурсу і заохочуватимуть його перейти саме на вашу новину.

При роботі з новиною редактор має написати якісний бекграунд (скорочено – бек), яким закінчується матеріал. Ця частина тексту повинна містити посилання на попередні публікації, довідкові факти, які будуть корисними для розуміння подробиць новини. Бекграунд має стосуватись саме цієї події чи історії, а не бути «відірваним» від контексту.

До прикладу, якщо це новина про винесення судового вироку людині, яку підозрюють у вбивстві, то у бекграунді слід зазначити подробиці події, кого саме вбили та за яких обставин. Або ж, якщо новина стосується порушення антидопінгових правил на Олімпіаді, то у бекграунді доцільним буде розповісти про спортсменів, яких підозрюють у вживанні заборонених речовин. Бек обов'язково повинен містити гіперпосилання на ту новину, про яку нагадують. Водночас сам лінк потрібно ставити лише на кілька ключових слів, які передають зміст цієї теми.

Отже, у кожній редакції існують певні вимоги до написання інформаційних текстів для новинної стрічки. Загалом редактор має писати новини без помилок, вміти працювати з першоджерелом, моніторити інформаційне поле, ставити гіперпосилання, добирати якісні фото, дотримуватись професійних та етичних стандартів журналістики, оперативно визначати важливість повідомлення, перевіряти достовірність інформації, структурувати матеріал, а також комунікувати з випусковим та іншими членами редакції. Деякі редакції принципово надають перевагу редакторам, які володіють

англійською мовою та вміють користуватися Photoshop для створення яскравих фото.

Важливу роль у новині відіграють деталі, які їй передували. Вони розміщуються у бекграунді і дають читачеві можливість більш змістовніше сприймати новину. У цій частині тексту редактор має поставити лінки на попередні матеріали, які стосуються теми.

### **2.3. SEO-оптимізація новинних текстів**

Якщо у традиційних ЗМІ редактор розцінює текст як звичний матеріал, придатний до публікації, то в мережі текстова частина може бути використана для побудови унікального контенту для зацікавлення аудиторії через прийоми SEO-оптимізації [16, с. 1]. Таким чином, для створення якісного інформаційного тексту важливо не лише правильно подавати інформацію, а й розуміти принципи розкрутки сайту і пошукової оптимізації.

Таке поняття, як «SEO-оптимізація» з'явилося одночасно із приходом в інтернет перших пошукових мереж, зокрема і «Гугл». Саме в цей момент з'явилася потреба надавати користувачам якомога якісніший і релевантний їхнім запитам контент. Таким чином, вигравали і сайти, і пошукові системи, і звичайні користувачі. Якісна техніка роботи із SEO здатна підняти інтернет-видання на новий рівень, зокрема - збільшити рейтинги прочитання матеріалів, отримати більш ширше охоплення, розвинути впізнаваність ресурсу на інформаційних просторах.

SEO (Search Engine Optimization) є цілим комплексом процесів, правильне виконання яких може забезпечити сайт великою кількістю трафіку і більш високими позиціями в пошуковій видачі. Існує зовнішня і внутрішня SEO-оптимізація [30].

Основними процесами пошукової оптимізації займаються SEO-спеціалісти, проте для роботи в медіа журналіст має навчитися самостійно прописувати SEO-блок. Наразі майже всі онлайн-медіа шукають на роботу журналістів, які можуть працювати автономно і нікого не залучати від моменту

написання новини до публікації. Хоча за потреби вони, звичайно, можуть радитися з SEO-редактором, оскільки він краще розуміється в цьому аспекті.

Пошукова система «Гугл» для видачі відбирає сайти, які відповідають певним вимогами. Загалом для забезпечення якісної внутрішньої оптимізації редактору важливо розуміти кілька простих правил:

1. Для кожного матеріалу, який публікує редактор, треба умовно сформулювати список ключових слів, за якими читач може шукати конкретну новину. Це можуть бути прізвища осіб, власні назви, обставини подій. Водночас, загальні поняття та назви, які зустрічаються у мільйонах інших новин (наприклад, «Київ», «Антитерористична операція»), не є ключовими словами.

2. Заголовок має містити якомога більше ключових слів.

3. Більшість ключових слів потрібно використати у першому абзаці - це легко зробити, якщо вступ є лаконічним резюме самого матеріалу.

4. У межах здорового глузду потрібно наповнити ключовими словами основний текст.

5. Великі за обсягом статті потрібно розбивати на підрозділи, використовуючи підзаголовки, які теж мають містити ключові слова.

6. У матеріалі важливо ставити гіперпосилання на попередні публікації вашого сайту, водночас анкорним текстом потрібно робити лише кілька слів (4-8), серед яких також мають бути ключові.

7. Фото у новині також формують пошуковий трафік, тому, вставляючи їх у новину, потрібно заповнити alt-атрибути і графу «Опис» (саме на їх вміст орієнтуються пошукові системи). У рейтингу на вищих позиціях відображатимуть яскраві, контрастні зображення з унікальним альтернативним текстом [7, с. 111].

Попри вищенаведену інформацію, кожен журналіст має розуміти, що він створює контент для людини, а не алгоритмів. Водночас важливо слідкувати за тим, яким чином працюють алгоритми і що можна удосконалити, щоб сайт та контент подобались як живій аудиторії, так і гугл-ботам.

Щоб гугл видавав новину на перших сторінках пошукової системи, треба технічно правильно прописати SEO-блок - це умовний код сторінки, де є поля: title і description. Він має відповідати на запити, які шукатимуть люд (Додаток А).

SEO title не є редакційним і клікабельним, він має відповідати запиту в гугл. Водночас його краще прописувати, орієнтуючись на заголовок та зміст новини. Тайтл - заголовок сторінки, який повідомляє пошукову систему про її зміст:

- Має бути більше ніж 3 слова.
- Обов'язково має містити пряме входження ключового слова.
- Ключове слово має бути на початку.
- Не потрібно ставити крапку в кінці title.
- Title може бути написаний на основі статті.
- Теги title мають бути унікальними для кожної новини.

Дескрипшн - опис сторінки, який пошукова система з більшою ймовірністю бере в сніпет видачі за запитом:

- Має бути від 5 слів. В ідеалі - 2 речення, які пов'язані між собою.
- Має містити мінімум 2 входження ключового слова.
- Складається з кількох логічно пов'язаних речень на тему новини.
- Впливає на клікабельність у видачі та поведінкові фактори користувача.

Як у SEO-блоці, так і у тексті потрібно використовувати ключові запити, за якими людина зможе знайти вашу новину у пошуковій системі. Наприклад, коли були теракти в Туреччині багато новинних сайтів публікували новини такого типу «Ердоган прокоментував ситуацію в Туреччині». Хоча люди шукали новину за іншим запитом, а саме - «теракт в Туреччині». При написанні новини важливо ставити себе на місце читача і думати: «Як би я шукала цю новину в гугл?».

Завантажуючи фото для новини в адмінку сайту, обов'язково потрібно прописати alt-атрибути і графу «Опис», оскільки це також впливає на рейтинг сайту та матеріалів редактора. Атрибут alt тега `img` передає опис зображення для браузерів у випадку відключеної графіки. Він повинен:

- описувати зміст картинки;
- на початку тексту тега має бути ключовий запит;
- довжина тексту обмежена (бажано трохи більше 5-ти слів);
- впливає на ранжування ПС зображень (Додаток Б).

При відпрацюванні інформаційного приводу важливо простежити, як розвиваються події. Наприклад, історією зі свого досвіду поділився діджитал-директор 24 каналу Денис Зеленов – «влітку Віктор Павлік розлучився з дружиною. Люди почали гуглити «павлік дружина», потім – до кого він пішов. Гуглити почали за запитом «репяхова інстаграм». Її стали шукати частіше за його дружину. Ми зреагували і опублікували матеріал з її інстаграмом. Зібрали хороший трафік. Коли відстежуємо політичні новини, то вже маємо шаблонні матеріали: реакції на події, коментарі експертів. Важливо розуміти і передбачати, як подія може розвиватися» [18].

Ще один важливий нюанс – це використання тегів у новині. Тегування для новинних сайтів важливо з точки зору збору великої посилальної ваги і залучення нових користувачів для видання. Тег - це свого роду ключове слово, яким доцільно групувати список новин однієї тематики.

1. У ролі тегів не можна використовувати дуже загальні слова, наприклад: корови, чайові, траур, паливо, блокпост, бджоли, спорт. Тобто, ці теги надто загальні, неконкретні, за такими словами ніхто не шукатиме інформацію і заходити на такі сторінки також ніхто не стане.

2. Якщо новина стосується певної особи, потрібно ставити тег із цієї особою, тобто, якщо новина про Володимира Кличка, ставимо тег – Володимир Кличко.

3. Якщо новина стосується певного регіону (країни чи міста) – тегом варто поставити цю країну або місто. Тобто, якщо новина про Слов'янськ – ставимо тег Слов'янськ.

4. Якщо новина стосується певної події, наприклад – Антитерористична операція чи Інавгурація президента – ставимо однойменні теги на такі новини.

Теги повинні поділятися на такі групи:

- Теги по регіонам (Україна, Київ);
- Теги з особистостей (Кличко, Пугачова);
- Теги з подій (АТО, Інавгурація);
- Теги з організацій (МВФ, ООН) тощо.

Якщо не можна віднести новину до тієї чи іншої групи - намагайтеся логічно виділити основне ключове слово, за яким новину доцільно групувати або за яким можна вивести в блоці інші тематичні новини.

5. Не можна дублювати теги, якщо в основі вже є тег, наприклад АТО. Всі новини, пов'язані з антитерористичної операцією слід позначати лише тегом АТО і не створювати нові теги, наприклад, антитерористична операція.

6. Потрібно використовувати теги одного зразка. Тобто, якщо вже є тег Володимир Кличко, не варто створювати тег Володимир (Додаток В).

Для вдалого ранжування новини, унікальність тексту має бути не менше 80%. Навіть якщо редактор не перевіряє унікальність за допомогою спеціальних для цього ресурсів, він повинен розуміти, що шматки тексту, взятого з іншого ресурсу, обов'язково потрібно переписати.

Отже, редактор інформаційного сайту є відповідальним не лише за якість журналістського матеріалу, але й за професійне і вдале розміщення його на сайті та подальшу популяризацію. Саме тому під час написання новини кожен редактор зіштовхується з інструментами SEO-оптимізації, які є дуже важливими. Завдяки цим інструментам можна технічно просунути сторінку новини під запити користувачів.

Внутрішня SEO-оптимізація сайту стає малоефективною, якщо не прописані мета-теги. Абсолютно кожна сторінка повинна мати title і description. На ранжування сайту впливають і фото, які використовуються у новині. Редактору необхідно заповнювати alt-атрибути і графу «Опис», які передають зміст зображення для браузерів у випадку відключеної графіки. На це, в першу чергу, звертають увагу пошукові роботи, тому їх потрібно заповнювати із зазначенням ключових слів.

Також на ранжування новини у пошуковій системі «Гугл» впливають використання тегів, унікальність тексту та наявність гіперпосилань.

## **Висновки до розділу 2**

Отже, інтернет-ЗМІ стали основним джерелом інформації для суспільства. За оперативне відпрацювання інформаційних приводів та забезпечення споживачів актуальними новинами відповідає редакція інтернет-сайтів.

Редактор стрічки новин створює інформативні матеріали та розміщує їх на сайті. Для того, щоб обійняти цю посаду людина має розуміти структуру написання новин, моніторити інформаційне поле України та світу, оперативно реагувати на події, грамотно та зрозуміло викладати свої думки, не боятися брати ексклюзивні коментарі у експертів, а також шукати першоджерело і підбирати фото.

Ще одним важливим аспектом роботи редактора інтернет-ЗМІ є розуміння принципів SEO-оптимізації, яка впливає на рейтинг видання. Під час написання новини, потрібно прописувати title і description, alt-атрибут тега img, вживати ключові запити у тексті, перевіряти матеріал на унікальність, а також використовувати гіперпосилання та теги.



## РОЗДІЛ 3

### РОЗРОБКА МЕТОДИЧНИХ РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО СТВОРЕННЯ НОВИНИХ ТЕКСТІВ

#### **3.1. Роль методичних рекомендацій у роботі редактора інформаційних сайтів**

Стрімке пришвидшення ритму життя останнім часом призвело до суттєвих трансформацій у системі ЗМІ, саме тому інформація, яка була актуальною ще кілька років тому, вже починає втрачати свою практичність.

Це стосується і рекомендацій щодо роботи інформаційних сайтів, які були розроблені ще на початку розвитку інтернет-ЗМІ. Звичайно, робота в інтернет-журналістиці потребує глибокого дослідження тематичного матеріалу, книг та ресурсів, проте не всі поради є доречними та цінними. До того ж, опрацювання матеріалу забирає багато часу, а в сучасному світі не можна гаяти ні хвилини.

Ми живемо у період надлишку інформації, яка іноді негативно впливає на людину. Інформаційна картина все більше нагадує соціальну мережу «Твіттер», коли мільйони фактів, думок, ідей та оцінок протистоять одне одному, а кількість охочих розповісти, показати або відкинути що-небудь зростає день у день. Знайти істину у цих потоках інформації чи опанувати певну галузь стає дедалі важче.

Серед незліченної кількості суперечливих даних людина починає упускати деталі, втрачає час, намагаючись зосередитися на малозначущих фактах, і в результаті забуває про мету пошуків, оскільки обсяг робочої пам'яті мозку обмежений. Коли мозок намагається використати більше, ніж здатний, це призводить до згубних когнітивних наслідків. У результаті людина взагалі може відмовитися від своєї первинної цілі.

Для того, щоб не стати жертвою «інформаційного паралічу» під час опрацювання матеріалів щодо вимог до створення новинних текстів, ми вирішили структурувати важливі правила. Розібратися у специфіці роботи редактора інтернет-ЗМІ у найкоротші терміни можуть допомогти методичні рекомендації. Вони створюються для роз'яснення роду практичної діяльності та надання допомоги фахівцю-початківцю.

У методичних рекомендаціях повинна приділятися велика увага алгоритму (послідовності) дій. Це свого роду інструкція або шпаргалка, як виконувати завдання на практиці, і на які аспекти своєї роботи обов'язково варто звертати увагу. Основною перевагою матеріалів такої категорії є лаконічність, доступність та інформативність. Людям не потрібно опрацьовувати сотні сторінок для того, щоб дійти до суті.

Методичні рекомендації щодо створення новинних текстів для інформаційних сайтів стануть у пригоді як студентам-журналістам, так і людям, які хочуть працювати в інтернет-ЗМІ.

Отже, основна цінність методичних рекомендацій полягає в тому, що в них зібрана лише важлива інформація, яка допоможе зрозуміти обов'язки редактора та специфіку його дій.

До того ж, опрацювати методичку можна за короткий термін, у ній немає наукових дефініцій, які були б незрозумілими і могли б дезорієнтувати. Коли на посаду редактора є десятки інших претендентів, вона стане неабияк у пригоді і допоможе заглибитися в особливості цієї професії.

### **3.2. Характеристика та зміст методичних рекомендацій**

Головним чинником, який доводить актуальність розробки методичних рекомендацій, є власний досвід роботи у ЗМІ та розуміння «редакційної кухні». Завдяки цьому у методичці нам вдалося зібрати головну інформацію, яка допоможе редактору сайту, що тільки починає свою діяльність, швидко зрозуміти специфіку цієї посади, розібратися у своїх обов'язках та у вимогах

щодо створення інформаційних текстів. Ми розділили всі важливі поради та оформили їх лаконічно, чітко та доступно.

Опираючись на діяльність сучасних інтернет-ЗМІ, нам вдалося виокремити кілька основних пунктів і структурувати інформацію у вигляді електронної книги. Зокрема, методичні рекомендації складаються з таких блоків: загальні вимоги до написання якісних новин, правила написання влучних заголовків, правила написання бекграундів, робота з фотоматеріалами, основні джерела пошуку новин, робота із SEO-блоком. Зміст методичних рекомендацій наводиться далі.

Загальні вимоги до написання якісних новини:

1. Новина пишеться за конструкцією перевернутої піраміди – спершу подається найважливіша інформація. У перших абзацах потрібно дати відповіді на запитання - Що? Хто? Де? Коли? Навіщо? Як?

2. Вступ новини - це головна частина тексту. Від того, як ви його напишете, залежить, скільки людей прочитають вашу новину і чи дочитають її до кінця.

3. Бек до новини повинен містити всю інформацію щодо передісторії події (того, про що ви розповідаєте у новині). Якщо у вас немає передісторії до цієї теми – згадайте подібні випадки, що сталися останнім часом.

4. Редактори пишуть новини для простих людей, а не експертів. Не потрібно вживати складні аббревіатури, скорочення, метафоричні порівняння чи складнопідрядні речення. Пишіть простими словами про складні речі.

5. Для полегшення сприйняття матеріалу розбивайте текст на підзаголовки, використовуйте у матеріалі фото чи відеоконтент.

6. Редактор інформаційного сайту має працювати оперативно, тому на створення звичайної/середньостатистичної новини у нього є до 40-50 хв (за зміну у 8 годин редактор має видати від 8 до 10 таких новин).

7. На оприлюднення термінової новини редактор має 3-5 хв (за цей час треба написати заголовок новини (українською та російською), лід, перше

речення новини, та поставити фото). Після оприлюднення новини редактор її допрацьовує.

8. Редактор має самостійно вичитати новину на помилки. Якщо з'явилися проблеми з вичиткою тексту чи написанням того чи іншого терміну, потрібно звернутися до літературного редактора у часи його роботи. Також для перевірки тексту можна скористатися сайтами Online Corrector чи LanguageTool.

9. Під час зміни редактор перед оприлюдненням новини надає на вибір випусковому 2-3 варіанти заголовків (українською та російською мовами). Тільки після затвердження заголовку редактор може опублікувати новину.

10. Редактор повинен користуватися офіційними та надійними джерелами для пошуку новин. Можна використовувати підписки інформаційних агентств, офіційні сторінки держустанов, надійних експертів, прями слова перших осіб держави.

11. Редактор зобов'язаний шукати першоджерело та ставити посилання на нього.

12. У новині редактор обов'язково має використовувати ключові запити. Якщо це трендова новина чи SEO-запит, краще звернутися до SEO-спеціаліста.

13. Унікальність текстів на сайті має бути не менше 85%. Винятком може стати новина з цитатами, де треба переписати частину прямої мови своїми словами. У такому випадку мінімум унікальності матеріалу має бути 60%.

14. Намагайтеся робити новину більш цікавою, шукайте подробиці, не бійтеся брати ексклюзивні коментарі. Це позитивно вплине на рейтинг видання та вашої роботи.

Правила написання влучних заголовків:

- Заголовок має відповідати на питання - Що? Хто? Де? Коли? І відображати суть новини.
- Оптимальний розмір - 70-80 символів. Водночас він має увібрати в себе головну подію, про яку розповідається у новині.

- У заголовку потрібно намагатися залишити інтригу, а не розкривати весь зміст новини.

- Не варто виносити у заголовок багато власних назв. Читачів зачіпають заголовки, які стосуються особисто їх (їхньої безпеки, комфорту, стану гаманця, звичок, розваг тощо).

- Заголовок має містити у собі ключові SEO-запити.

- Люди клікають на заголовки, в яких ідеться про осіб, організації або явища, що їх цікавлять. Тому не варто втрачати можливості, коли у заголовок можна винести прізвище відомої людини.

Робота з фотоматеріалами:

- Фото має відповідати змісту новини і бути без водяних знаків.

- Завантажувати світлини дозволено з офіційних фотобанків (Getty images, Depositphotos, УНІАН Фотобанк) чи відкритих джерел (Pexels, Unsplash).

- У новині обов'язково потрібно вказати джерело фото.

- На фото має бути показана дія, оскільки постановочні кадри не привертають увагу читачів.

- Редактору бажано опанувати навички Photoshop для того, щоб робити яскраві колажі, які привертатимуть увагу читачів.

- Кожне фото має бути прописане за всіма правилами SEO в адмінці. Зокрема, потрібно прописати графу «альтернативний текст», оскільки це також впливає на рейтинг сайту та матеріалів редактора.

- Атрибут alt тега img має описувати зміст картинки і містити на початку ключовий запит.

Джерела для пошуку новин:

Feedly - агрегатор новин, яким мають користуватися всі працівники редакції, щоб оперативно отримувати інформацію з національних та міжнародних джерел. Функціонал дуже простий та зрозумілий. У ньому є кілька розділів за напрямками для продуктивнішої роботи з джерелами інформації. У

разі виникнення питань щодо роботи з функціоналом - зверніться до головного редактора.

Пуш-оповіщення на сайтах новин - це один із найбільш оперативних видів отримання інформації. Підпишіться на пуші абсолютно на всіх платформах, якими користуєтеся для пошуку новин. Це і сайти офіційних організацій, міжнародні та українські ЗМІ.

Моніторинг європейської преси (BBC, The Guardian, Reuters, CNN, The Washington Post) - після виходу на зміну редактор зобов'язаний переглянути основні ресурси світу і відібрати найважливіші новини. Редактори не повинні чекати, доки новину перекладуть ЗМІ-конкуренти.

Інтерфакс - на цій платформі з'являються всі найоперативніші та найексклюзивніші новини з України. Стрічка автоматично оновлюється. Кожен редактор повинен знати, як користуватися Інтерфаксом та використовувати його щодня у своїй роботі.

Підписка на імейл-розсилки - допомагає ефективно працювати з головними новинами дня. Зазвичай імейл-розсилки складаються вручну, завдяки чому ви можете отримувати найцікавіші матеріали за певний період часу.

Підписка на телеграм-канали – це менш ефективне і не завжди оперативне джерело пошуку інформації. Однак необхідно бути підписаним на головні телеграм-канали України, які постачають ексклюзивний та цікавий контент.

Моніторинг ТБ-каналів - необхідно постійно моніторити онлайн-мовлення основних ТБ-каналів України, які часто є першоджерелами важливих новин.

Робота із соціальними мережами (фейсбук, інстаграм, ютуб) - підпишіться на групи провідних світових та українських ЗМІ у соціальних мережах, а також на депутатів, відомих персон та експертів, щоб не пропустити найголовніші події країни.

Прес-релізи та повідомлення прес-служб – найпростіший спосіб отримати інформацію. Варто не забувати, що спеціалісти зі зв'язків з громадськістю найчастіше надають неповну інформацію, тому слід дізнаватися про події,

ставитися до них критично, розвивати і доповнювати цю інформацію з інших джерел.

Офіційні документи – мається на увазі закони, законопроекти, постанови, укази, міжнародні договори тощо. Вони важливі, оскільки є першоджерелами.

Органи державної влади – дуже важливе джерело інформації, де можна знайти відповідь на запитання щодо будь-якої суспільно важливої інформації, яка стосується відповідного відомства.

Експерти - до них варто звертатися, щоб краще розібратись у незрозумілому для вас питанні, а також, щоб взяти коментар щодо конкретної теми з метою доповнити матеріал.

Отже, у процесі дослідження нами було розроблено методичні рекомендації щодо написання новинних текстів для інформаційних сайтів. Це своєрідна інструкція, яка подана у вигляді естетичної електронної книги.

Там зібрані основні вимоги щодо написання якісних новинних текстів, правила створення влучних заголовків, бекграундів, розглянута специфіка роботи з фотоматеріалами та SEO-блоком, а також наведені основні джерела для пошуку новин.

Методичні рекомендації стануть у пригоді студентам в освітніх установах у рамках предмету «Інтернет-журналістика», а також редакторам, які лише починають працювати на інформаційних сайтах.

### **Висновки до розділу 3**

Отже, під час підготовки до роботи на посаді «редактор стрічки новин» потрібно ознайомитися з головними вимогами до оформлення матеріалів. Серед різноманіття книг та електронних ресурсів важко знайти дійсно цінну інформацію, яка допоможе зрозуміти специфіку цього роду діяльності. До того ж, більшість даних вже застаріли через швидкий темп розвитку сучасних технологій та соціальних мереж, які стали одним з найголовніших джерел інформації для суспільства.

У зв'язку з цим, ми вирішили створити методичні рекомендації, які можна опрацювати у найкоротші терміни. Методичка має вигляд електронної книги, яку можна відкрити як на комп'ютері, так і на мобільному пристрої. Вона має естетичний вигляд, завдяки чому інформація сприймається легко та зрозуміло з першого разу.

У методичці зібрано найголовнішу інформацію, яка необхідна для роботи на стрічці новин, зокрема – загальні вимоги до написання новинних текстів, правила створення влучних заголовків і бекграундів, специфіка роботи з фотоматеріалами, основні джерела пошуку новин та знайомство із SEO-блоком. Рекомендації були створені, опираючись на власний досвід роботи у сучасних інтернет-медіа. Методичка стане у пригоді студентам-журналістам, майбутнім редакторам та всім, хто хоче зрозуміти основні вимоги до роботи на інформаційних сайтах.



## ВИСНОВКИ

Отже, стрімкий розвиток сучасних технологій та пришвидшення темпу життя вплинуло на трансформації у системі ЗМІ, оскільки першочерговим завданням медіа стало своєчасне інформування громадськості про останні події в Україні та світі. У зв'язку з цим інтернет-ресурси набули більшої популярності, водночас друкована преса відійшла на другий план.

Основним жанром, який здатний швидко задовольнити інформаційний інтерес суспільства, є новина. Це текстовий матеріал, який має чітку структуру подачі інформації та характеризується стислим викладом ключових фактів щодо певної події, яка сталася нещодавно. Основна відповідальність за розповсюдження таких матеріалів лежить на журналістах, які займаються як пошуком інформації, так і написанням новинних текстів. Завдяки соціальним мережам шлях від створення новини до її поширення став дуже коротким, оскільки люди можуть споживати інформацію будь-де та будь-коли.

Під час написання новин фахівець, який працює у ЗМІ, має дотримуватися журналістських стандартів, зокрема балансу думок і точок зору, достовірності, точності, повноти, відокремлення фактів від коментарів та оперативності подачі інформації. Також заборонено нехтувати Кодексом етики українського журналіста, згідно з яким, непрофесійністю вважається розповсюдження плагіату, «джинси», клепу, політична заангажованість, отримання хабара задля публікації, втручання у приватне життя людини тощо.

Жанр новини відрізняється від інших інформаційних матеріалів специфічністю своєї структури. Новини створюються за принципом «перевернутої піраміди», який передбачає, що найважливіша інформація розміщується на початку статті.

Ключовими частинами новинного тексту є заголовок та лід, оскільки саме від їхнього формулювання залежить реакція читачів і, як наслідок,

результативність роботи журналіста. Заголовок має бути водночас лаконічним та інформативним, ефективно мотивуючи читача прочитати весь матеріал.

Основна робота і задача журналіста – дати читачу відповіді на запитання у формі короткого логічного тексту. Традиційно ці питання виражаються формулою 5W + H.

Людина, яка пише новини для інтернет-ЗМІ обіймає посаду «редактора» сайту. Для того, щоб працювати у редакції потрібно володіти низкою навичок, зокрема – грамотністю, вмінням аналізувати інформацію, оперативністю, стесостійкістю, критичним мисленням.

У кожній редакції існують певні вимоги щодо написання інформаційних текстів для новинної стрічки. Загалом редактор має писати новини без помилок, вміти працювати з першоджерелом, моніторити інформаційне поле України та світу, визначати пріоритетність повідомлень, ставити гіперпосилання та добирати якісні фото.

Крім цього, важливим пунктом при роботі з інформаційними текстами є SEO-оптимізація. Це технічний інструмент, який допомагає залучити аудиторію, а також підвищити трафік і рейтинг видання. Основною частиною оптимізації сайту займається саме SEO-спеціаліст, хоча значна частина роботи залежить і від редактора. Зокрема, у обов'язки редактора входить заповнення SEO-блоку в адмінці, перевірка новини на актуальність, використання ключових запитів у тексті, робота з гіперпосиланнями та фото і відеоконтентом.

Через надлишок інформації у мережі редакторам-початківцям іноді важко знайти матеріали, які дійсно могли б знадобитись у професійній діяльності. Водночас багато порад в інтернеті вже починають втрачати свою актуальність у зв'язку зі стрімким розвитком соціальних комунікацій. Це стало головним поштовхом до розробки авторських методичних рекомендацій щодо створення новинних текстів для інформаційних сайтів.

Опираючись на досвід роботи в інтернет-ЗМІ, нами було зібрано найважливіші рекомендації, які стануть у пригоді студентам-журналістам чи майбутнім редакторам. Ми оформили методичні рекомендації у вигляді

електронної книги, яка має привабливий вигляд і якою зручно користуватися будь-де.

У методичці було виокремлено основну інформацію, а саме – загальні вимоги до написання новин, заголовків і бекграундів, правила роботи з фотоматеріалами, основні джерела пошуку новин та алгоритми заповнення SEO-блоку. Всі поради було розміщено на 19 сторінках. Опрацювати методичні рекомендації можна за короткий термін, оскільки інформація сприймається легко та доступно з першого разу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабкіна Е. Проектна діяльність редактора Інтернет-ЗМІ: від створення концепції до комунікаційної стратегії (на прикладі авторського мережевого видання «Cookiebooks»). Ученые заметки ТОГУ. 2015. № 2. С. 166-170.
2. Бойд Е. Ефірна журналістика: Технології виробництва ефірних новин / Е. Бойд ; пер. з англ. О. О. Колот ; Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка. - 5-те видання - К., 2007. - 429 с.
3. Вайшенберг З. Новинна журналістика: Навчальний посібник / За загал. ред. В. Ф. Іванова. - К.: Академія Української Преси, 2011. - 262 с.
4. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації. - Київ: ТОВ Софія-А, 2016. - 184 с.
5. Городенко Л. Нові медіа: журналістика чи комунікація / Л. М. Городенко// Current issues of mass communication. - 2013. - Issue 14. - С. 65-69.
6. Данько-Сліпцова А. Нові медіа: історія, типологія / Анна Данько-Сліпцова // Український науковий журнал «Освіта регіону». - № 1-2. - 2014. - С. 80-85.
7. Захарченко А. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». - Тернопіль, «Крок». - 2014. - 198 с.
8. Зражевська Н. Нові медіа і нові форми комунікації в медіа культурі / Ніна Зражевська // Актуальні питання масової комунікації. - 2013. - № 14. - С. 70.
9. Карвер Р. Свобода інформації. Теорія та практика/ Р. Карвер; пер. з англ. Р. Тополевського; Харківська правозахисна група. - Х., 2005. - 115 с.
10. Крейг Р. Інтернет-журналістика. - К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. - 323 с.
11. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Маршалл Маклюэн. - М.: Кучково поле, 2007. - 464 с.

12. Потятиник Б. Інтернет-журналістика: навч. посіб. / Борис Володимирович Потятиник. - Львів : ПАІС, 2010. - 246 с.
13. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця: Практичний посібник. - 2-ге вид., стереотипне. - К.: Наша культура і наука, 2006. - 560 с.
14. Фролова В. И. О меняющейся роли редактора в эпоху обновления интернет-коммуникаций. Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. 2015. № 5. С. 8-12.
15. Чабаненко М. В. Основи інтернет-журналістики: навчальний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напрямку підготовки «Журналістики» / М. В. Чабаненко. - Запоріжжя «Просвіта», 2013. - 112 с.
16. Dmitriv L. The quality of the text content of the site in terms of the editor, Visnik Knighkovoij palati [Bulletin of the Book Chamber], vol. 9, pp. 1–3.

### **Електронні ресурси**

17. Амзін А. Новинна Інтернет-журналістика. URL: <http://pr.marketologi.ru/PR-committee/Library/Journal.pdf> (дата звернення: 30.04. 2022).
18. Гоюк І. SEO-оптимізація для медіа. URL: <https://www.thelede.media/lifehacks/2020/01/18/699/> (дата звернення: 13.05.2022).
19. Довженко О. Як писати новини. URL: <https://medialab.online/news/novyny1/> (дата звернення: 29.04. 2022).
20. Інститут масової інформації. Звіт з моніторингу дотримання профстандартів в онлайн-медіа. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/zvit-z-monitoryngu-dotrymannya-profstandartiv-v-onlajn-media-chetverta-hvylya-monitoryngu-u-2021-i43157> (дата звернення: 07.05. 2022).
21. Лід (журналістика). URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Лід\\_\(журналістика\)#Функції\\_ліду](https://uk.wikipedia.org/wiki/Лід_(журналістика)#Функції_ліду) (дата звернення: 29.04. 2022).
22. Маштаков А. Що таке нові медіа. URL: [elekcii.org/refleksiji/shcho-take-novi-media.html/](http://elekcii.org/refleksiji/shcho-take-novi-media.html/) (дата звернення: 06.05.2022).
23. Народження Перевернутої піраміди: Дитина технологій, комерції та історії. URL: <https://www.poynter.org/reporting-editing/2003/birth-of-the-inverted->

- [pyramid-a-child-of-technology-commerce-and-history/](#) (дата звернення: 02.05.2022).
24. Онлайн курс «Новинна грамотність». URL: <https://video.detector.media/special-projects/novynna-gramotnist-i22> (дата звернення: 29.04. 2022).
25. Перевернута піраміда та вбивство Авраама Лінкольна. URL: <https://www.neboagency.com/blog/lincoln-inverted-pyramid/> (дата звернення: 30.04.2022).
26. Томпсон М. Редакційні цінності та стандарти BBC. URL: <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines> (дата звернення: 28.04.2020).
27. Тонкіх І. Інтернет-журналістика. URL: [http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/2669/1/Tonkikh\\_Internet-Journalism.pdf](http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/2669/1/Tonkikh_Internet-Journalism.pdf) (дата звернення: 28.04.2022).
28. Чередніченко А. Що таке редакція? З кого складається і як ділять обов'язки. URL: <https://bazilik.media/iak-pratsiuiut-redaktsii-ukrainskykh-vydan/> (дата звернення: 04.05.2022).
29. Що таке новини і звідки вони беруться. URL: <https://video.detector.media/special-projects/novynna-gramotnist-i22> (дата звернення: 28.04.2022).
30. Що таке SEO оптимізація сайту і як вона впливає на розвиток вашого проекту. URL: <https://luxsite.ua/ua/chto-takoe-seo-optimizaciya-sayta-i-kak-o> (дата звернення: 13.05.2022).

## Додаток А

## SEO-блок в адмінці інформаційного сайту

**?** Фрагмент сніплету

**Хто переміг у Євробаченні 2022 | Life**

<https://life.fakty.com.ua/showbiz/hto-stav-peremozhczem-yevrobachennya-2022/>  
 Хто переміг у конкурсі Євробаченні 2022. Ім'я переможця на Євробаченні 2022 – у матеріалі Факти LIFE

**?** Заголовок

Хто переміг у Євробаченні 2022

37 символів. Більшість пошукових систем бачать лише 60 символів для Заголовок.

**?** Опис

Хто переміг у конкурсі Євробаченні 2022. Ім'я переможця на Євробаченні 2022 – у матеріалі Факти LIFE

100 символів. Більшість пошукових систем бачать лише 160 символів для Опис.

Розроблено автором.





## Додаток В

### Використання тегів у новині

школу на Луганщині



Читайте новини Факти ICTV у Telegram.



Приєднуйтеся до нашого каналу на YouTube!

**Фото:** [Depositphotos](#)

Теги: **Війна в Україні, Київ, Олег Жданов**

Якщо побачили помилку, будь ласка, виділіть фрагмент тексту і натисніть Ctrl+Enter.

---

Розроблено автором.