



Заведующий сектором
Национальной библиотеки Беларуси

Технические характеристики текста: пять признаков эффективного контента

Тексты создают все, не только писатели и журналисты: менеджер в офисе, банковский работник, учитель в школе. Текст присутствует во всем, что мы делаем. И от того, как он написан, часто зависит успех нашего дела: услышат нас или нет, поймут ли правильно, убедим ли мы других. Говоря о контенте сайта, чаще всего имеется в виду именно текстовое наполнение. Все просто – текст умеют оценивать поисковые системы и ранжировать по нему сайты в поисковой выдаче [1].

Для создания правильного и эффективного текста существуют свои правила.

Уникальность

Под уникальностью понимается исключительно технический показатель, свидетельствующий о процентном соотношении оригинального контента к дублированному из Интернета. Вместе с этим, при создании контента рекомендуется соблюдать и смысловую уникальность – показатель, свидетельствующий не только об отсутствии плагиата, но и о наличии авторской мысли в тексте.

Несложно представить, что чувствуют пользователи, когда видят одну и ту же информацию на страницах в поисковой выдаче. Безликость – не самое опасное, что может случиться с ресурсом, размещающим чужие тексты. Поисковые системы не приемлют воровство контента и наказывают нарушителей санкциями. Даже имея полностью авторский контент сайта, необходимо проверять его уникальность с помощью специальных сервисов. Если программа считает текст неоригинальным, то полная его переработка не требуется, необходимо перефразировать только выделенные выражения. Хороший показатель уникальности контента должен составлять 90% и выше, однако в некоторых случаях допустимы более низкие значения [2].

Имея востребованные услуги, важно написать 100%-уникальный текст, понятный, полезный и удоб-

ный для чтения. На вопрос «Что такое сильный, уникальный и полезный текст?» современные читатели обычно отвечают так: «Это текст, который интересно и легко читается, в котором говорится о полезных вещах, к которому прислушиваешься, он цепляет с первого взгляда и убеждает».

Таблица 1. Пример авторской трансформации текста

Неверно	Верно
Предлагаем посетить обзорную площадку библиотеки, куда можно подняться на панорамном лифте и полюбоваться окрестностями, сделать фотографию на память, а также посетить кафе и различные выставки картин.	Приглашаем на обзорную площадку библиотеки, где вы сможете: <ul style="list-style-type: none"> • получить ощущение полета, поднявшись на панорамном лифте; • детально рассмотреть окрестности через бинокль панорамного вида; • увидеть произведения искусства на вернисажах и выставках; • полюбоваться праздничными салютами и фейерверками; • вкусно покушать в кофейном баре; • запечатлеть свои эмоции на фото и видео.

Для создания уникального авторского и, главное, сильного текста прислушайтесь к 10 рекомендациям: сила – в правде; смысл важнее формы; чем проще – тем лучше; пишите, как для себя; читайте вслух; приводите примеры; от простого к сложному; пользу – вперед; поставьте заголовок; уважение и забота [1].

Стоп-слова – распространенные вредители в текстах

Стоп-словами называют лексические единицы и конструкции, которые поисковые системы считают бесполезными. Такие слова и фразы можно удалить из текста без потери смысла. При написании информационных текстов следует отказаться от усилительных частиц, местоимения, длинные союзы, вводные слова – применять по минимуму. Среди стоп-слов самыми опасными считаются канцеляризм, штампы, длинные предложения, громоздкие эпитеты, идущие подряд синонимы. Из примера видим, что стоп-слова – не всегда зло, но от большинства из них нужно отказаться:

Таблица 2. Пример уместного использования стоп-слов

Неверно	Верно
Казалось бы, библиотека для пользователей словно открытая книга. Но очевидно, что у нее есть множество секретов. Разумеется, самые главные из них хранятся там, куда не имеют права доступа посетители и даже большинство сотрудников. Без всякого сомнения, речь пойдет о закрытом фондохранилище библиотеки. Словом, предлагаем впервые заглянуть под завесу библиотечной тайны и как бы прогуляться по сокровищнице.	Казалось бы, библиотека для пользователей словно открытая книга. На самом деле и у нее есть много секретов. Самые главные из них хранятся там, куда не ступает нога посетителей и даже большинства сотрудников. Речь идет о закрытом фондохранилище «храма знаний». Предлагаем впервые заглянуть под завесу библиотечной тайны и прогуляться по сокровищнице.

Необходимо выучить группы стоп-слов, научиться их видеть и удалять. Для того, чтобы получился инте-

ресный текст, вместо удаленных слов, следует добавить полезную информацию, четко показав читателю практическую значимость предлагаемого:

Таблица 3. Пример правильной подачи информации с точки зрения полезности

Неверно	Верно
Система электронной доставки документов – это программно-технологический комплекс для обеспечения оперативного доступа читателей к библиотечным фондам, основанный на преобразовании потока запросов в форме вторичной информации в полнотекстовую.	Служба электронной доставки документов предоставляет возможность заказа цифровых копий фрагментов документов из фондов библиотеки: <ul style="list-style-type: none"> • отдельных глав и статей из книг и периодики; • материалов из баз данных; • микроформ и аудиодокументов. Вы можете: <ul style="list-style-type: none"> • заказать цифровые копии, контролировать состояние своих заказов и их стоимость; • оплатить услугу прямо в своем личном кабинете на нашем сайте.

Важно отметить, что ни один автоматический сервис не решит все задачи, он только избавит от долгой рутинной работы. Последнее слово всегда остается за автором.

Водность, как показатель малоинформативности статей

Тексты нужны для того, чтобы давать людям полезную и интересную информацию. Однако авторы зачастую размещают малоосмысленный контент. Вот и получается, что текст на странице есть, но читателям от него мало пользы. Какую информацию они извлекают из выражений «современное инженерное и техническое оборудование», «новейшие информационные технологии»? Практически никакую! А ведь такое встречается на страницах сайтов сплошь и рядом.

Проверьте на себе, какая информация вас заинтересует больше: хвастливо-придыхательная или в та, в которой знают, о чем говорят?

Таблица 4. Пример правильной подачи информации с точки зрения водности

Неверно	Верно
В наше время навыки пользования компьютером очень важны. Доверьте свое образование профессионалам! Наши курсы одни из лучших в городе! Наши сотрудники – высококвалифицированные специалисты – всегда позаботятся о том, чтобы вы получили только лучшее!	Приглашаем на курс «Компьютер для начинающих». Вы узнаете: <ul style="list-style-type: none"> • о возможностях современного персонального компьютера (ПК); • как правильно работать с ПК; • как работать с текстовым редактором Word; • как работать с основными программами и сетью Интернет.

Влияет на степень водности:

- **Стиль.** При написании развлекательных постов можно и нужно разбавлять «сухую» информацию, более легкой для восприятия. Для статей показатель водности должен составлять не более 60%, для информационных текстов – от 30% и ниже.

• Водность текста – 100%: «Мне так хочется тебе сказать что-то важное, но, на самом деле, это не нужно, так как мы и так хорошо понимаем друг друга».

• Водность текста – 0%: «Платон – математик-отличник. Разрабатывает алгоритмы поисковых систем, злоупотребляет контр-страйком. Пишет тексты самостоятельно» [2].

• Авторский замысел. Для ухода от шаблонов и привлечения внимания может понадобиться контент, написанный в непривычном стиле: дерзкий, с юмором, дружелюбный... Неформальный стиль помогает расположить к себе читателя.

Показатель водности текста характеризует его качество, поскольку напрямую влияет на восприятие. Однако никакая машина не может вычислить, к месту это слово или нет, легко читается текст или нет, – это может понять только человек!

Частота использования ключевых слов

SEO-текст¹ – это специально подготовленный с учетом требований поисковых систем текст, содержащий продвигаемые ключевые слова. Они сигнализируют поисковым роботам о том, что страница подходит запросу пользователя. Частота использования ключевых слов в тексте называется насыщенностью, которая бывает:

• классической (количество употреблений любого слова в тексте);

• академической (соотношение самого повторяемого слова к общему количеству лексических единиц).

Оптимальный показатель классической насыщенности составляет до 4%, академической – до 7%.

Поисковые роботы лучше поймут смысл текста, если в нем будут использоваться синонимы главного ключевого слова. К тому же, это благотворно скажется на читабельности статьи, ведь в ней будет минимум повторов. Желательно заменять синонимами не только ключи, но и «рядовые» слова.

Таблица 5. Сравнение текстов с точки зрения правильного использования ключевых слов

Неверно	Верно
Уютное кафе готово принять посетителей: читателей, сотрудников и гостей библиотеки. Кафе располагается на 1-м этаже здания библиотеки. Приятный дизайн кафе, современная мебель, телевизор обеспечивают комфортные условия для отдыха в библиотеке. В кафе можно приобрести широкий ассортимент различных блюд и напитков.	Уютное кафе готово принять посетителей: читателей, сотрудников и гостей библиотеки. Мы расположены на 1-м этаже. Приятный дизайн, современная мебель, телевизор обеспечивают комфортные условия для отдыха. У нас можно заказать: • ароматный чай или кофе; • вкусные десерты и мороженое; • горячий обед...

Наиболее простым методом проверки как академического, так и классического плана являются разнообразные сервисы, например, вышеупомянутый Advego².

¹ SEO (Search Engine Optimization, поисковая оптимизация) – это всестороннее развитие и продвижение сайта для его выхода на первые позиции в результатах выдачи поисковых систем (SERPs) по выбранным запросам с целью увеличения посещаемости и дальнейшего получения дохода.

² advego.com – биржа копирайтинга и фриланса.

Объем текста

Длина текста – один из спорных вопросов в поисковой оптимизации. В определении правильного объема текста, учитывают следующее:

1. SEO-специалисты считают, что поисковые машины более лояльны к коротким текстам.

2. Лонгриды (тексты объемом выше среднего) повышают экспертность компании, ведь чтобы написать большую статью, полностью раскрывающую тему, нужно проделать немалую работу и разобраться в материале. Как результат – посетители испытывают больше доверия.

3. В среднем, пользователь уделяет чтению текста до 7 минут. Но если материал очень интересный, он готов продлить это занятие.

Для каждого типа контента эксперты по продвижению определили свой оптимальный объем. Статья на главную страницу сайта должна содержать не менее 2 тыс. символов. Материал на блог – от 4 тыс. символов. Посты для социальных сетей – 400–800 символов. Таким образом, создание контента зачастую имеет не только творческую, но и техническую сторону.

Главное правило: размер текста должен быть измерим с интересом читателя. Если текст интересный, он может быть любой разумной длины [3].

В заключение перечислим несколько шагов по созданию эффективного текста:

1. Понять, какая цель у вашего материала.

2. Определиться, какой характер носит контент страницы.

3. Установить объем текста в соответствии с форматом сайта и конкретной тематикой.

4. Оптимизировать текст согласно SEO-рекомендациям, чтобы его увидел ваш читатель.

Текст может показаться не самой важной частью нашей жизни, особенно если вы не профессиональный писатель. Но от того, как мы формулируем мысли, зависит очень многое: понимают нас или нет, прислушиваются ли к нам, что о нас думают, делают ли то, что нам нужно. Написание текста можно рассматривать как отдельный вид творчества, в котором есть некоторые правила, но нет предела и точного очертания совершенства [4].

ЛИТЕРАТУРА

1. **Ильяхов, М. О.** Пиши, сокращай : как создавать сильный текст / Максим Ильяхов, Людмила Сарычева. – Москва : Альпина Паблишер, 2017. – 439 с. : ил.

2. **Каплунов, Д. А.** Контент, маркетинг и рок-н-ролл: книга-муза для покорения клиентов в Интернете / Денис Каплунов. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 379, [1] с. : ил. ; 25 см.

3. **Нилова, Л.** Поп-арт маркетинг : Insta-грамотность и контент-стратегия / Лилия Нилова. – Москва : АСТ Времена, 2018. 285, [1] с. : портр. ; 21 см.

4. **Слонская, Т. В.** Технические характеристики текста : пять признаков эффективного контента / Т. В. Слонская // Материалы VI Международного конгресса «Библиотека как феномен культуры» : Услуги и сервисы библиотек в современном информационном пространстве, Минск, 16–17 октября 2019 г. / Национальная библиотека Беларуси ; [сост.: Е. Е. Долгополова, А. А. Суша]. – Минск, 2019. – С. 239–246.

Summary

The article discusses the technical characteristics of the text content of the site: uniqueness, stop words, water content, frequency of keywords, volume of text.