

Тонкие моменты при работе с ТЕКСТОМ

от «А» до «Я»



Тонкие моменты при работе с

ТЕКСТОМ

СТИЛЬ

ЗДРАВЫЙ СМЫСЛ!!!

ЛОГИКА

**КЛЮЧЕВЫЕ
СЛОВА**

от «А» до «Я»

ВОДНОСТЬ

СТОП- СЛОВА

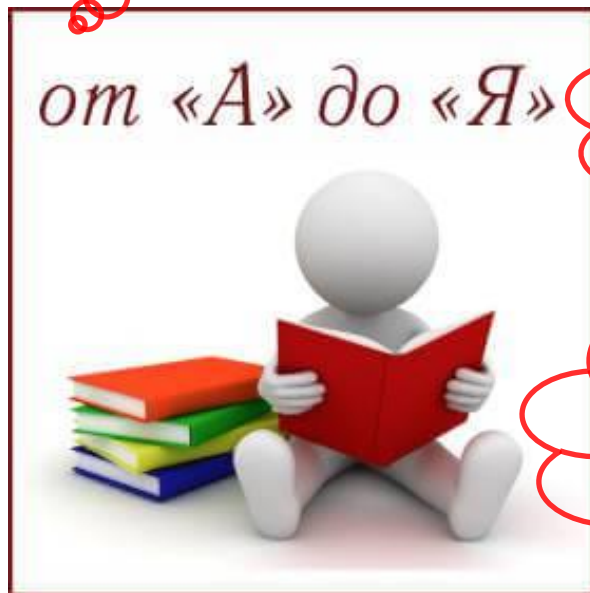
ЗАСПАМЛЕННОСТЬ

УНИКАЛЬНОСТЬ

ТОШНОТНОСТЬ

ВНИМАТЕЛЬНОСТЬ

РЕЛЕВАНТНОСТЬ



СЛОВА

ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Релевантность	Процент отношения незначимых или стоп-слов к общему количеству слов в тексте
SEO	Способность информации соответствовать запросам потребителя
Тошнотность	Ложная информация
Фейк	Соотношение числа повторов слова или фразы к их общему количеству (выраженное в процентах)
Тавтология	Риторическая фигура, представляющая собой необоснованное повторение одних и тех же (или однокоренных) или близких по смыслу слов, например, «масло масляное», «спросить вопрос» и тому подобное; термин античной стилистики...
Контент	Слова, которые совсем не учитываются поисковыми машинами
Водность	Анализ текста. Проверка на уникальность, читабельность, переспам
Стоп-слово	Слова в тексте, способные в совокупности с другими словами дать высокоуровневое описание содержания текстового документа, выявить его тематику
Ключевые слова	Это абсолютно любое информационно значимое либо содержательное наполнение информационного ресурса или веб-сайта – содержание.

СЛОВА

ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Релевантность	Способность информации соответствовать запросам потребителя
SEO	Анализ текста. Проверка на уникальность, читабельность, переспам
Тошнотность	Соотношение числа повторов слова или фразы к их общему количеству, выраженное в процентах
Фейк	Ложная информация
Тавтология	Риторическая фигура, представляющая собой необоснованное повторение одних и тех же (или однокоренных) или близких по смыслу слов, например, «масло масляное», «спросить вопрос» и тому подобное; термин античной стилистики...
Контент	Это абсолютно любое информационно значимое либо содержательное наполнение информационного ресурса или веб-сайта – содержание
Водность	Процент отношения незначимых или стоп-слов к общему количеству слов в тексте
Стоп-слово	Слова, которые совсем не учитываются поисковыми машинами
Ключевые слова	Слова в тексте, способные в совокупности с другими словами дать высокоуровневое описание содержания текстового документа, выявить его тематику



Виды контента

Всё содержимое веб-ресурсов делится на 3 категории:

1. **Текст** – основная часть контента. Главная цель - посетитель должен дочитать её до конца.
2. **Иллюстрации** – фотографии, картинки, скриншоты, графические блоки. Сегодня популярны анимированные изображения (эмодзи, GIF), но они не всегда уместны. Они нужны для оживления текста и лучшего восприятия. При неразумном использовании такие иллюстрации будут отвлекать читателя от текста.
3. **Видео** – уникальный ролик увеличивает вес ресурса при ранжировании. К видео не предъявляются требования по уникальности. Часто получается подобрать хороший ролик на YouTube. Самостоятельно сделать качественное видео сложно, а услуги профессионалов дорогие.



Все виды контента должны гармонизировать друг с другом и привлекать, мотивировать посетителей к прочтению статьи, удержать их на сайте продолжительное время, побуждать вернуться



Стандарты форматирования и общие требования:

Единого шаблона оформления статей нет.

Но выработались общие требования:

1. **Информативность.**
2. **Отсутствие** грамматических **ошибок.**
3. **Отсутствие длинных**, сложных для восприятия предложений.
4. **Количество символов.**
5. **Структурирование** (абзацы, списки, разделение на информационные блоки).
6. **Соответствие стиля**, манеры изложения информации уровню целевой аудитории.
7. **Соблюдение параметров SEO** продвижения (тошнота, вода, плотность ключевых фраз, баллы по «Главреду» «Тургеневу» и др). **Уникальность.**

Проверка через сервисы уникальности и SEO

Текст должен быть качественно оптимизирован

Поисковая система следит за тем, чтобы в результате запроса попадал полезный и качественный контент. Найденная информация выдаётся в особом порядке (**ранжируется**).
Первыми размещаются ссылки на

релевантные ресурсы



SEO анализ текста:
проверка на
уникальность,
читабельность,
переспам



Повышение параметра

Уникальнос



- ✓ Высокая 90-100%
- ✓ Средняя 70 -90 %
- ✓ Низкая – Менее 60%

Для текстов узких тематик

Тошнота



- ✓ Оптимальная 3 - 6%
- ✓ Средняя 10-15%
- ✓ Высокая Более 15%

Из них 50% ключевые

Водность



- ✓ Низкая 30%
- ✓ Оптимальная 40 -60 %
- ✓ Высокая – Более 60%

Наличие воды – признак человечности



Вода или водность

- ✓ **Процент отношения незначимых или стоп-слов к общему количеству слов в тексте.**
- ✓ Величина рассчитывается специальными программами, разработанными для SEO анализа.
- ✓ Показатель водности используется для оценки информативного качества статьи: **чем выше процент, тем хуже.**



Стоп-слова – слова, которые совсем не учитываются поисковыми машинами. Не учитываются не только при выдаче сайтов при поисковом запросе, но и при индексации страницы сайта, блога.

Машина эта ежедневно обходит сотни и тысячи сайтов, видит много статей. И всю эту новую информацию просто необходимо каждый день индексировать. Но зачем же индексировать слова, которые по идее не представляют собой никакой ценности?

Вот так и получилось, что стали роботы – поисковики выделять из написанного самое важное, самое нужное. Всё остальное пускать в расход.

Самая главная ошибка – не обращать внимания на эти слова и не знать их



Только тогда, когда вы начинаете видеть их в
тексте,

вы их убираете, то есть почистите свой текст

и сделаете его лёгким и простым.

- **Вводные слова и конструкции:** кстати, итак, наконец и др.
- **Штампы:** ни для кого не секрет, по праву считаются, одержать победу, царила атмосфера.
- **Канцеляризм:** вести работы, являться, в связи.
- **Эвфемизмы:** конфликт, усиленные способы дознания, договориться.
- **Отглагольные части речи:** не был принят, привлечение, вызвавший, получив.

Создайте себе словарь стоп-слов.

«Бесполезных слов».

Для того, чтобы безошибочно сузить диапазон значимых

СЛОВ

Словарь этих слов («стоп-лист») содержит, например, артикли и предлоги, частицы и личные местоимения (а, без, более, бы, был, была, были, было, быть, в, вам, вас, весь, во, вот, все, всего, всех, вы, где, да, даже, для, до, его, ее, если, есть, ещё, же, за, здесь, и, из, из-за, или, им, их, к, как, как-то, ко, когда, кто, ли, либо, мне, может, мы, на, надо, наш, не, него, неё, нет, ни, них, но, ну, о, об, однако, он, она, они, оно, от, очень, по, под, при, с, со, так, также, такой, там, те, тем, то, того, тоже, той, только, том, ты, у, уже, хотя, чего, чей, чем, что, чтобы, чьё, чья, эта, эти, это, я), а также целый ряд других слов. Их конкретный перечень может состоять от нескольких сот до нескольких тысяч слов и различен для разных поисковых машин..

Междометия + вводное

Ах, значит, в общем, как говорится

Определения и наречия

Усилители: абсолютный, безусловный, весьма,

Обобщающие и неопределённые: в целом, всякий, общий, около, разнообразный

И все остальные заодно: активный, актуальный, взыскательный, длительный, знаковый, инновационный

Местоимения и очевидные сущности

Мы, вы, посетитель, документ, сайт, страница, меню, ссылка, информация, здесь, тут

Штампы

а также, в лучших традициях, как говорится, шаг за шагом

Паразиты времени

В настоящий момент, в наши дни, сейчас, нынче, на сегодняшний день

Отглагольное

осуществлять деятельность, реализовывать план, производить работы

Модальность

может, должен, нужно

Неопределённое

какой-то, что-то, как-то, зачем-то, сколько-то, несколько, неизвестно как, примерно, приблизительно

Лишние «бы»

я бы хотел, мне бы не хотелось

СТОП-СЛОВА



Стоп-слова

Создайте себе словарик стоп-слов.

«Бесполезных слов»

Междометия и восклицания

В общем, значит, эм, хм, короче, то есть, ну, пожалуй

Усиливающие и обобщённые определения и наречия

Абсолютный, безусловный, в целом, всякий, весьма, общий, около, разнообразный

Определения и наречия в принципе

Активный, актуальный, взыскательный, длительный, знаковый, инновационный

Очевидные сущности

Вы, мы, посетитель, документ, сайт, страница, информация, меню, ссылка, тут, здесь

Клише и канцеляризмы

В лучших традициях, как говорится, исстари, осуществлять, оказывать, приним



Стоп слова

Плюс слова

~~Должен, нужно, обязательно~~ – эти слова способствуют росту напряжения.

~~Объясню, давайте~~ – предлагает иерархию (умный объясняет глупому, «давайте» говорит тот, кто имеет право вносить предложение).

~~Я хочу/хотел бы~~ – ведь Ваши желания находятся вне области интересов клиента.

~~Знать, понимать~~ - предполагают, что клиент некомпетентен или не в состоянии что-либо понять.

~~Сначала мы должны сделать...~~

Думаю, вначале будет разумно сделать...

~~Сейчас я объясню, как я организую работу...~~

Я с удовольствием расскажу, как будет организована работа...

~~Я хотел бы встретиться с вами...~~

Мы могли бы встретиться, чтобы обсудить, чем мы можем быть вам полезны...

~~Я согласен, плохо, если агентство ограничивает ваши возможности, но...~~

Согласен с вами, важно использовать максимум возможностей для продажи...

~~Важно знать, что входит в стоимость услуг~~

Важно, что входит в стоимость услуг

Используйте стоп-слова и задерживайте реакцию

Когда вы чувствуете, что сейчас разразитесь гневной тирадой, просто мысленно скажите себе «СТОП», лучше даже крикнуть себе «С-Т-О-П»!

Можете использовать любое слово, главное чтобы оно остановило вас от немедленной реакции. Несмотря на то, что ваш разум в момент гнева хочет просто взорваться и ответить оппоненту жестче и больнее, когда вы его остановите стоп-словом он начнет успокаиваться.

После этого подождите 10 секунд. За это время вы сможете успокоиться еще больше и принять решение по сложившейся ситуации.





В вебе используются
главным образом для
поиска

Слово в тексте, способное в совокупности с другими **ключевыми словами** дать высокоуровневое описание содержания текстового документа, выявить его тематику.

Тесно связанные по смыслу ключевые слова и словосочетания увеличивают релевантность

Ключевые слова и связи между

НИМИ

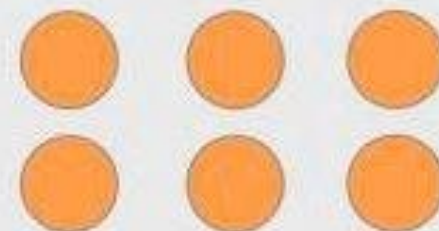
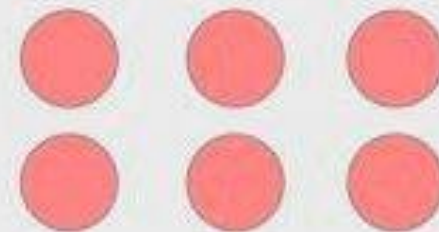
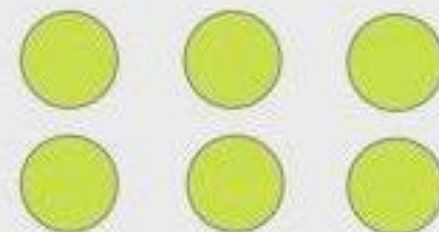
Ключевые слова



Связанные
ключевые слова



Вторичные
ключевые фразы



Синонимы и варианты

Пример хорошего текста

Многообразие офисной мебели от компании

Купить офисную мебель в Москве теперь невероятно просто в нашем онлайн магазине по чрезвычайно низким ценам. Мы предлагаем выгодных условиях. Поэтому наши предложения пользуются популярностью.

Производство и продажа мебели для офиса

«Юджин Стайл» осуществляет продажу офисной мебели в Москве уже более восьми лет. За это время нам удалось изучить спрос и начать предлагать своим покупателям не только качественные и стандартные, но и эксклюзивные предметы интерьера, разработанные под индивидуальные запросы заказчика. Со всеми изделиями Вы можете ознакомиться в нашем красочном каталоге. А чтобы заказать офисную мебель достаточно воспользоваться удобным онлайн сервисом.

Доставка продукции осуществляется не только по Москве, но и в близлежащие регионы. Наши грузчики не только привезут изделия по указанному адресу, но и занесут их непосредственно в дом или офис. А при заказе на сумму, превышающую 25 тысяч рублей, Вам будут предоставлены совершенно бесплатные услуги по сборке. Если же у Вас возникнут вопросы, Вы всегда можете обратиться в нашу службу поддержки.

Безупречное обслуживание

Если Вы растеряетесь среди предложенного разнообразия продукции или у Вас возникнут вопросы, касающиеся особенностей конкретного товара, Вы всегда можете обратиться за помощью к нашему онлайн консультанту. Ежедневно с 9 до 18.30 (кроме выходных) для Вас работают опытные менеджеры, которые посредством Skype и ICQ предоставят Вам профессиональную консультацию.

Также стоит отметить, что продажа офисной мебели со склада осуществляется только с предоставлением гарантии от производителя. Поэтому Вы можете быть уверены, что приобретенная у нас продукция прослужит Вам долгие годы и никогда Вас не подведет.

Равномерное
распределение
ключевых фраз по
тексту +
информация
разбита на блоки

и эксклюзивной мебели, которую вы можете приобрести в наших брендов. Предлагаем сотрудничество только на

мент продукции на любой вкус

широкий ассортимент изделий для дома и офиса. Среди разнообразия моделей Вы сможете подобрать изделия, как от отечественных, так и зарубежных производителей. Стильные кухни и мягкие диваны от итальянских брендов, изысканные гостиные и спальни от российских торговых марок – каждый сможет подобрать для себя идеальный вариант.

Теперь купить мебель для офиса в Москве невероятно легко! Выберите понравившиеся предметы интерьера в любое удобное время, кладите их в корзину и заполняйте простую форму, содержащую основные данные и контакты. Уже в ближайшее время наши менеджеры свяжутся с Вами, чтобы обсудить удобный способ доставки и оплаты.

Изготовление мебели на заказ

Представленные в «Юджин Стайл» изделия являются гарантом высокого качества и безупречного стиля. Поэтому отдав предпочтение именно нашей продукции, Вы сможете со вкусом обустроить свой офис и создать в нем неповторимую атмосферу, состоящую из ключевых составляющих: функциональности, презентабельности и комфорта.

Кроме того, мы занимаемся производством не только единичных моделей, но и целых серий предметов для интерьера, что позволит Вам обставить офисное помещение в едином неповторимом стиле.



Что такое тошнота текста?

- Жаргонизм **«ТОШНОТНОСТЬ»** появился в 2006 г. В среде разработчиков поисковых систем и означает соотношение **числа повторов слова или фразы** к их общему количеству, выраженное в процентах.
- Эта характеристика текста также называется **заспамленностью** или **переспамом**.
- Контент для SEO-продвижения должен содержать достаточное, но без избытка, количество **ключевых слов** и **стоп-слов**.

В SEO используется 2 вида переспама:

- **Академическая тошнота** – это соотношение количества самых употребляемых слов к их общему числу в тексте.
 - **Классическая тошнота** – считается по слову, чаще других встречающемуся в контенте. Показатель характеризует число ключевых слов или фраз, употребляемых в тексте и пропорционален количеству ключей.
- Принципы уменьшения КТ и АТ похожи.**





Классическая тошнота

КТ – определяется по самому используемому слову статьи - **ключевому**.

1. **Сократить** повтор слова (ключа).
2. **Уменьшить** использование **стоп-слов**. Они не несут особой смысловой нагрузки, но существенно увеличивают заспамленность.



Плохие примеры написания SEO-текстов

2. Переспам / избыток ключевых

Выбор смесителя

Если вы задумались о приобретении новой модели смесителя, то наверняка уже успели столкнуться с проблемой протекающего крана. Вроде бы мелочь, но непрестанно капающая вода действует на нервы даже уравновешенным людям. А учитывая растущие тарифы на воду, такое неэкономное использование попросту накладно. Надежный способ избежать подобных неприятностей – купить смеситель у проверенного производителя с заслуженной репутацией.

Где можно купить смеситель в Москве

Интернет-магазин Хоум-Сантехника предлагает купить хороший смеситель в ванную комнату в Москве с доставкой. В карточке товара вы можете почитать отзывы покупателей о конкретных изделиях. На нашем сайте представлен онлайн-каталог смесителей 90 отечественных и зарубежных фирм, в ассортименте более 11 000 товаров, а также большой выбор по цвету, форме, материалу изготовления и др.

Сколько стоит смеситель в ванную комнату

Цена смесителя зависит от сложности его производства и фирмы производителя. Также продукция известных брендов, которые уже заслужили репутацию по всему миру, уже может считаться гарантом качества, но и скажется на цене. При покупке также обратите внимание на гарантию производителя.

Текст с переспамом не только сложно читать, но и поисковики воспринимают его негативно. Особенно усердным авторам грозят санкции Google и Яндекса.

Оптимальное количество запросов — не более одного на абзац, не более трех (с



Академическая тошнота

- **Замена** высокочастотных фраз и слов синонимами.
- **Нарастить объем текста**, если это не противоречит начальным условиям.
- **Перестроить предложение** убрав стоп-слова.

Как она

Тошнота текста

измеряется

<https://content-online.ru/blog/что-такое-toshnota-teksta-i-kak-ona-izmeryaetsya-2/>

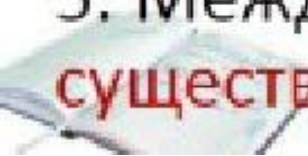
Биржа

копирайтинга



Устраните тавтологию

1. Строительство школы не должно **замирать** на **мертвой** точке.
2. Расширился бюджет центра, что позволяет привлечь к **участию** в конкурсах больше **участников**.
3. Он снова **почувствовал**, что его охватило болезненное **чувство** одиночества.
4. Это новая **конструкция** двери, не имеющая **подобных аналоговых (плеоназм) конструкций** на мировом рынке.
5. Между этими тренажерами не **существует** **существенной** разницы.



Найдите тавтологию

- Найдите тавтологию (близкое употребление однокоренных слов):
- Люблю я майскую грозу в начале мая,
- Когда весной весенний первый гром.
- Как бы резвяся и в игру играя,
- Грохочет громко в небе голубом.
- А я люблю , когда холодные морозы
- Покрасят дом, заледенят карниз,
- Снежинки с неба падают, как звёзды,
- На землю приземляясь сверху вниз...

Допустима

Тавтология допустима

- **в научном и официально-деловом стиле, где необходимы точность и однозначность.**

Проголосовать единогласно

Спецслужбам разрешено вторгаться в служебные помещения

- **в некоторых устойчивых выражениях**

Напрашивается вопрос

- **для достижения стилистического эффекта (экспрессии)**

Зачем ему сводить концы с концами, чтобы в конце концов отдать концы?

Экономика должна быть экономной

Самый человечный человек

Стилистические ошибки

- Тавтология - повторение в одном предложении одинаковых или однокоренных слов: *случай случился*
- Плеоназм – языковое излишество: *автобиография своей жизни*
- Смешение разностильных языковых элементов: *в преддверии собрания нам необходимо подготовить все нужные бумажки*
- Использование канцеляризма: во всех стилях, кроме официально-делового: *Процесс выгрузки вещей с подвод во дворе Ростовых остановить было невозможно*
- Речевые штампы: *Пушкин показал типичные черты, Гоголь раскрыл образ и т.п.*

Уменьшение тошнотности

Наиболее эффективные приёмы:

- 1. Замена и удаление слов и фраз** избыточно повторяющихся в тексте. Подобрать синонимы помогут **онлайн-службы Sinoni.men, «Синонимайзер» на textorobot.ru, Online-Sinonim.ru** (работает с текстами до 5000 символов). Главное при замене слов – сохранить смысл текста и его читабельность.
- 2. Нарастить объём текста.** Основной метод понижения тошноты текста, если не достигнут предельный размер статьи. Необходимость его использования можно определить до начала работы. Если для текста в 100 слов задано 20 вхождений ключа, тогда достичь желаемого уровня переспама не получится без коррекции исходных данных.
- 3. Равномерное распределение ключей.**

Уменьшение тошнотности

Наиболее эффективные приёмы:

- 4. Удаление стоп-слов** уменьшит водность текста, а перефразирование предложений покажет, как снизится значение **переспама**.
- 5. Удаление тавтологии.**

Следует учитывать, что довести уровень тошнотности до 0% невозможно.

Также журналистам полезно помнить о старой-доброй традиции этикета, касающейся обращения к персоне в переписке. Особенно, если речь идёт о деловой переписке. **К персоне в единственном числе надо обращаться на Вы – «Вы» с заглавной буквы!**

Это касается и соц. сетей, и мессенджеров!!!

Существуют особо щепетильные редакторы и другие участники процесса, которые просто закрывают или рвут письмо, телеграмму и прочее, если видят, что к ним обращаются на «вы» с маленькой буквы.

Обращение с маленькой «вы» допустимо только собирательное – к двум и более персонам!

ВСЕГДА ПИШИТЕ БУКВУ ЁЁЁЁЁЁЁЁЁЁЁЁЁЁЁЁ!

И не только потому, что есть разница, выпили всеЕ или выпили всеЁ, Бродский осЕл или Бродский осЁл, красное нЕбо или красное нЁбо...

Не пройдет и месяца на эфире – и вы попадете в дурацкую ситуацию, не успев впопыхах дикторского чтения разобраться, Е перед вами или Ё.

Да и вообще, Ё как буквы в азбуке никто не отменял!

Конъюнктура географических названий

Названия городов и территорий России и бывшего СССР пишем и произносим в соответствии с русской речевой традицией, а не с политической конъюнктурой: **Киргизия**, а не Кыргызстан, **Белоруссия**, а не Беларусь, **Якутия**, а не Саха, **Тува**, а не Тыва, **Башкирия**, а не Башкортостан, **Алма-Ата**, а не Алматы, **Усть-Каменогорск**, а не Оськемен, латышский язык, а не латвийский и т. д.

Однако, если мы **пишем** полное официальное название, то используем полную современную форму: Республика Беларусь, Республика Саха (Якутия), Республика Марий Эл.

Помним о логике! Фраза «Делегация правительства столицы посетила Казань» - некорректна, потому что Казань – сама столица.

Помним о том, что диаспора («рассеяние» по-гречески) – это часть народа (этноса), живущая **вне страны своего происхождения** в то время, когда такая страна существует.

«Русская диаспора в Америке» - допустимо, а «дагестанская диаспора в Новосибирске» - нет! Потому что Дагестан, как и Новосибирск – это Россия, а дагестанцы – граждане России!

Помним о проверке даже очевидных фактов, чтобы Нью-Йорк не оказался столицей США, а Донбасс - государством.

Из фразы «страны мира», как правило, можно убирать избыточное слово «мира» - а чего же ещё?

Если речь идёт о странах конкретного региона, уточняем — «страны Африки», «страны на территории бывшей Югославии», «страны арабского мира».

Русскоязычные географические названия среднего рода склоняются по правилам русского языка, если нет корневого слова – в КемеровЕ, над ДомодедовЫМ, из ШереметьевА, к КольцовУ.

При наличии корневого слова в сочетании с закавыченным названием – склоняется корневое слово: из аэропорт**а** «Домодедово», в порт**у** «Зарубино».

О ссылках

Если о чём-то официально сообщает какое-либо ведомство (обычно через пресс-службу), то на него и надо ссылаться. Причём, не в виде «в министерстве обороны сообщили» - так можно предположить, что сообщение неофициальное, и кто-то в министерстве имеет другую точку зрения, а «министерство обороны сообщает».

Упомянуть о пресс-службе, как правило, не нужно - это техническая служба, доносящая официальную точку зрения ведомства.

Если агентства передают со ссылкой на **свои** источники в ведомствах - так и писать, «такое-то агентство ссылается на источники в таком-то ведомстве».

Если информация согласуется в разных агентствах, их можно не упоминать и писать обобщённо — «по данным властей (полиции, военных), ранены 20 человек».

Использование в тексте числительных и знаков

При любой разумной возможности максимально избавляемся от чисел и числительных! Цифры от одного до десяти пишем словом, начиная с 11 – цифрами. Желательно не использовать собирательные числительные: не «пятеро», а «пять».

Максимально избавляемся от десятых, сотых и тысячных, по возможности округляем. **124,67 млн руб.** – враг ваш навеки! Около 125 миллионов!

Категорически избавляемся от падежного
склонения более чем двузначных
числительных!

«Россия поможет Абхазии **ТРЕМЯСТАМИ
ТРИДЦАТЬЮ ТРЕМЯ МИЛЛИОНАМИ
ШЕСТЬЮСТАМИ
ШЕСТЬЮДЕСЯТЬЮ ШЕСТЬЮ
ТЫСЯЧАМИ ДЕВЯТЬЮСТАМИ
ДЕВЯНОСТА ДЕВЯТЬЮ** рублями»
((((((((

Неверно говорить ПАРА ДНЕЙ, пара лет, пара человек и т. д. Парой может быть только то, что существует или действует совместно, вдвоём – пара ботинок, пара лыж, пара гнедых, семейная пара.

Слово «ряд» (ряд политиков, областей, команд) лучше заменить на «несколько».

Слово «порядка» (порядка 15-ти человек, порядка 20-ти миллионов рублей) – словом «около».

И ещё о числах и знаках

Во внутриэфирных текстах (не для публикаций) возьмите себе за хорошее правило прописывать падежные окончания числительных, если таковые всё-таки остались в тексте: с 23-его февраля, к 42-ому году, на 11-ую строчку. Когда будете читать текст под запись или вживую, вы поймёте 😊

Общая беда современной журналистики – неправильное использование возвратных глаголов.

Совсем от них избавиться уже нельзя. Они допустимы только при использовании официально-делового, но никак не публицистического стиля. В уголовно-процессуальной, криминальной, аварийной и чиновничьей сферах избегайте возвратных глаголов, нарушающих логику сообщений.

«Причины крушения **выясняются**» - неверно, верно – «специалисты выясняют причины крушения».

«На форуме **обсуждались** вопросы» - неверно, верно – «обсудили вопросы».

- **Биржа копирайтинга**
- <https://content-online.ru/blog/sovety-chtoby-nauchitsya-bystro-i-kachestvenno-pisat-stati/>
- **Точность текста**
- <https://content-online.ru/blog/что-такое-точность-текста-и-как-она-измеряется-2/>