
ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ

УДК 004.738.5:655.41](477)

О. В. Назаренко

ЯКІСТЬ ТЕКСТОВОГО КОНТЕНТУ САЙТУ КОРИСНИХ ПОРАД (НА ПРИКЛАДІ РЕСУРСУ <http://poradumo.pp.ua>)

Ресурси, розраховані на масового споживача, користуються посиленням попиту в інтернеті, серед яких нашу увагу привернув сайт добрих порад <http://poradumo.pp.ua>. У статті досліджено якість текстового контенту цього медіапродукту. Найбільш поширеними помилками є неузгодженість або неправильне вживання категорії відмінка, роду, числа; неправильне вживання числівника; неправильно утворений ступінь порівняння прикметників; неправильне вживання прийменникових конструкцій; зовсім не перекладені електронним перекладачем слова, подані російською мовою; неправильно перекладені електронним перекладачем слова, що призводить до лексичних помилок; русизми.

Ключові слова: сайт корисних порад, якісний текстовий контент, робота редактора, граматичні та лексичні помилки.

I. Вступ

Життя сучасної людини розмаїте й перебуває в нестримному русі, тому інколи бракує знань у деяких непередбачених випадках у побуті, родинних стосунках, спілкуванні з оточенням тощо. І якщо не так давно нам доводилось шукати корисну інформацію в спеціальних рубриках газет і журналів, то тепер по будь-яку пораду можемо звернутись до спеціальних сайтів у інтернет-просторі, яких там велика кількість. Нами для аналізу обрано сайт «Корисні поради» (<http://poradumo.pp.ua>). Цей ресурс позиціонує себе як джерело корисних порад за будь-яких життєвих ситуацій. Тут є такі рубрики: «Краса і здоров'я», «Своїми руками», «Дім і затишок», «Сім'я і діти», «Сад і город», «Відпочинок і туризм», «Техніка і телефони», «Бізнес», «Ремонт», «Різне» тощо. Сайт адресований широкому колу читачів з різноманітними інтересами.

Вивченню контенту та специфіки редагування мережевих медіа приділяли увагу такі науковці, як: Н. Блинова, Л. Дмитрів, А. Захарченко, Р. Крейг, Б. Потятинник. Проте сайти, що належать до сфери масового інтересу, перебувають на периферії наукових інтересів. Ми вже досліджували сайти кулінарної тематики, водночас сайти корисних порад, розраховані на широку аудиторію, теж заслуговують на увагу науковців, що й зумовило актуальність цієї розвідки.

II. Постановка завдання і методи дослідження

Мета дослідження – проаналізувати специфіку контенту та дослідити мовну якість статей рубрик «Краса і здоров'я», «Любов і стосунки», «Дім і затишок», «Відпочинок і туризм», «Цікаве» українського сайту «Корисні поради» (<http://poradumo.pp.ua>). Авторський склад сайту нам залишається невідомим, але робота редактора заслуговує на пильну увагу та деякі зауваження. Для досягнення цієї мети поставлено такі завдання: визначити особливості контенту; проаналізувати мовне оформлення статей; виокремити наявні анормативи; подати виправлений варіант фрази; зробити висновки стосовно якості текстового контенту досліджуваного ресурсу.

Предметом розвідки є рубрики «Краса і здоров'я», «Любов і стосунки», «Дім і затишок», «Відпочинок і туризм», «Цікаве» сайту «Корисні поради» (<http://poradumo.pp.ua>). Об'єкт дослідження – граматична та орфографічна правильність уміщених у цих рубриках статей.

Для вирішення поставлених завдань нами було використано метод аналізу текстових матеріалів, спостереження, опису.

III. Результати

На сайті подано матеріали українською мовою, рубрики ілюстровані фотоматеріалами, питання виділено напівжирним кеглем, що привертає увагу читача. Однак у процесі ретельного ознайомлення з наповненням сайту стають помітними огріхи, на які не звернув уваги редактор. Зокрема,

до рубрики «Любов і стосунки» потрапили питання з рубрики «Краса і здоров'я», наприклад, «Що таке тунельний синдром зап'ястя?», «Що таке синдром Стендаля і чим він небезпечний?». Замість рубрик «Цікаве» або ж «Відпочинок і туризм» до рубрики «Любов і стосунки» потрапила інформація «Топ десять цікавих фактів про Китай». З рубрики «Автопоради» стаття про ареометр потрапила до рубрики «Дім і затишок». Обираючи назву рубрики «Техніка і телефони», на нашу думку, варто було б обмежитись лише «Техніка», бо – телефон це також технічний пристрій. Рубрика «Дім і затишок» має різнопланове наповнення «Як правильно протирати екран ноутбука?», що варто було б уваги в розділі «Техніка і телефони», питання «Як можна правильно висловити захоплення?» доцільним було б у розділі «Любов і стосунки», а «Як доглядати плетисту троянду?» чи «Як виростити на ділянці квітку ешольції?» доречними були б у рубриці «Сад і город».

Як бачимо, матеріали, опубліковані на сайті, не відповідають тим тематичним рубрикам, у яких вони розташовані, що призводить до втрати якості контенту. Дослідниця Л. Дмитрів, розглядаючи складові роботи редактора та чинники успіху сайту, підкреслює, що «основним принципом читання тексту й привертання уваги до нього є тематичне наповнення – цінність тексту як джерела інформації, яке може забезпечити певні інформаційні потреби читача» [6, с. 10].

Наведені приклади дають підстави для висновку, що сайт створено нашвидкуруч без суттєвих втручань редактора.

У процесі дослідження сайту нами виявлено й систематизовано ряд анормативів.

Лексичні помилки

Ці помилки були спричинені уживанням кальок з російської мови, неправильним перекладом слів, тавтологією.

Так, у реченні: *Це стан, характеризується цілим рядом симптомів і возникаюшее при сти-сненні середнього нерва в зап'ястному каналі, дієприкметник возникаюшее українською мовою потрібно подати описово що виникає*.

Виходячи з того, що українською мовою російське слово *юг* передається як *південь*, то в реченні *...особливо добре такі наряди будуть виглядати на засмаглій шкірі справжніх южанок*, доцільним буде написання *мешканок півдня*.

Уживання кальки з російської мови призводить до спотворення змісту речення *...при вірному виборі біжутерії вони дозволяють створити яскравий і стильний образ*, бо *вірно* в українській мові означає «незрадливо, віддано», а в тексті має бути слово *правильний*, тобто «той, що відповідає правилам, нормам, є безпомилковим». Аналогічним є й такий приклад: *якщо порахуєте деякі поради корисними, то неодмінно скористаетесь*. «Рахувати» – це називати числа у послідовному порядку, визначати кількість, а «мати свою думку» – це вважати.

У реченні: *Якщо машинка коштує рівно (що з'ясувалося при перевірці правильності її встановлення за рівнем) через неправильний переклад втрачається справжній зміст і стає незрозумілим, як машинка може коштувати рівно*, бо насправді вона *стоїть* рівно.

Нами були знайдені й кальковані конструкції: *Таким способом ви зможете уподібнитися професіоналам цієї справи, які українською будуть у такий спосіб ви зможете уподібнитися до професіоналів*. Ще приклад: *У цьому випадку мова йде про...*, що є калькою, необхідно замінити стилістично кращим варіантом *ідеться*.

Неправильний переклад призводить до викривлення змісту речення: *При бажанні можна зробити це блюдо і будинку своїми руками, використовуючи для цього мікрохвильову піч*. Українською *блюдо* – це широка посудина, в яку насипається страва, а в реченні йдеться саме про страву, а не про посудину. Замість слова *вдома* подається *будинку*.

Також трапляються випадки з нагромадженням однакових слів: *... подібні моделі набагато більш привабливі і звбливі*. Із цього сполучення слів необхідно прибрати *набагато*, щоб не переобтяжувати текст.

Є в матеріалах сайту й непорозуміння зі скороченнями, наприклад: *Що подарувати сімейній парі на НГ (Новий рік)?* Тільки з інформації з дужок можна здогадатися, що ховається за літерами *НГ*, хоча має бути *НР*.

Граматичні помилки

Неправильно утворений ступінь порівняння прикметників

У багатьох статтях сайту простежуються проблеми з утворенням ступенів порівняння прикметників. Наприклад: *Самий жіночий «житель», замість найжіночніший, самого жаркого сонячного сезону – найсекотнішого, самого дорого враження в наборі – найдорожчого, сама швидко старіючої країною – найшвидше старіюча країна, самим простим варіантом – найпростішим варіантом*. У реченні *Для літньої спеки немає нічого краще натуральної бавовни або льону* – правильною буде форма *немає нічого кращого за натуральну бавовну або льон*.

Неправильне уживання прийменників

Працюючи з матеріалами сайту, ми виявили низку помилок, пов'язаних з уживанням прийменникових конструкцій. Зокрема, *прогулянки по місту краще замінити на прогулянки містом, заняття по душі – на заняття для душі, по багатьом показникам – на за багатьма показниками*. Стилістично кращими до прикладу *вичерпне керівництво з корисними порадами по вашій*

темі можуть бути такі варіанти: *вичерпне керівництво з корисними порадами, що заслуговують на вашу увагу; поради щодо вашої теми.*

До порушення милозвучності призвело таке вживання прийменника: *внесіть наш сайт в закладки*, тоді як правильно було б подати *внесіть наш сайт до закладок; вихідні удвох в заміському пансіонаті – вихідні удвох у заміському пансіонаті.*

Недоречним було уживання прийменника *з-за* в реченні: *Іноді конфлікти з родичами чоловіка виникають з-за самих жінок, які поводяться неналежним чином.* Цей прийменник уживають для означення спрямування дії, руху з протилежного боку, а необхідним у цьому реченні є прийменник *через*. Також зафіксовано вживання безприйменникової конструкції замість прийменникової: *що заслуговують уваги – що заслуговують на увагу.*

Нами було помічено, що найбільші проблеми виникають із правописом прийменника *по*, що є однією з найпоширеніших помилок у засобах масової інформації, яка трапилась під впливом розмовної мови та білінгвізму.

Неправильне узгодження числівників з іменниками

Зважаючи на те, що за правилами після числівників *два, три, чотири* іменник стоїть у множині, а після числівників *п'ять і більше*, вжитих у називному відмінку, іменник стоїть у родовому відмінку множини, на сайті припускаються таких помилок: *Як бачимо, два словника в абсолютному спокої* замість *два словники*; *цей показник становить понад 13 мільярда людей* замість *13 мільярдів*.

Неправильне узгодження прийменників з іменником

Зафіксовано ряд граматичних помилок різного плану, зокрема порушення узгодження прийменника з іменником. *Варіанти з відкритими плечима виглядають дуже красиво, допомагають зробити акцент на груді*, хоча у місцевому відмінку правильною є форма *на грудях*.

Неузгодженість у категорії роду

Можна побачити й помилки у вживанні категорії роду в займенниках та іменниках. Наприклад: *...вона ростила сина і вклала в неї душу...*, а не *вона ростила сина і вклала в нього душу*, бо слово *син* – чоловічого роду, *правильна одяг* – одяг чоловічого роду і вимагає прикметника того ж роду, а саме *правильний одяг*. Або ж *...ситуація може бути вкрай складним...* – *ситуація може бути вкрай складною*, бо *ситуація* – жіночого роду. Слово *дієслово* часто узгоджується із чоловічим родом, хоча потрібно із середнім: *є такий дієслово, згаданий дієслово – є таке дієслово, згадане дієслово*.

Неправильне вживання категорії роду

Наявні також помилки у визначенні роду невідмінюваних слів: *...або зробити запаморочливий фото...*, але ж *фото* – середнього роду й треба *запаморочливе фото*.

Нерозрізнення значень слів

Після автоперекладача редактор не працював з текстом, що призвело до викривлення значень слів. Так, ми маємо фрагмент речення: *«...щоб разом вивчити історію і сенс іменника, яке ми тут розбираємо»*, що рясніє помилками. На місці слова *сенс* повинно бути *значення*, бо воно виступає як термін, а словами *зміст, сенс, суть* передається поняття «розумна основа, мета, призначення чого-небудь» [3, с. 85–85]. Така сама помилка повторюється в іншому випадку: *«...є деякі відтінки сенсу...»*.

Сплутування значень деяких слів також додає помилок у тексті. *Можна розповісти не тільки про сенс і значення, але й про походження і синоніми.*

Слово *сенс* тут є недоречним, а замість нього повинно бути *зміст*.

Трапляються й такі речення, де взагалі складно зрозуміти зміст: *Зволожувачі повітря ще корисніше – такі пристрої дозволяють наблизити мікроклімат в квартирі до максимально невластивому для організму людини. Вирішуйте їх будинки і один з одним.* Неможливо зрозуміти, що рекомендують подарувати: *Подарувати можна два гуртки, що складають єдине ціле.* Подібні помилки не будуть траплятися за умови ретельної роботи редактора з текстовими матеріалами. Адже сайт з такою кількістю огривів не зможе сприяти бажанню читача звертатись сюди по поради знов і знов.

IV. Висновки

У процесі нашого дослідження ми дійшли думки, що найбільше зауважень виникає щодо грамотного оформлення текстового контенту сайту. Для того, щоб оприлюднити в Інтернеті матеріал, редактор повинен перевірити текст на неточності, орфографічні, граматичні та стилістичні помилки. Але, покладаючись на доступні безкоштовні програми для перевірки правопису, редактор не втрутився й не виправив низку огривів, які нами було знайдено. Серед них: неузгодженість або неправильне вживання категорії відмінка, роду, числа; неправильне вживання числівника; неправильно утворений ступінь порівняння прикметників; неправильне вживання прийменникових конструкцій; зовсім не перекладені електронним перекладачем слова, подані російською мовою; неправильно перекладені електронним перекладачем слова, що призводить до лексичних помилок; русизми.

Виникає враження, що сайт створено поспіхом за відсутності фахівця – редактора, і це, у свою чергу, дає підставу думати про неповагу до читача, який має право на якісний контент.

Ми розглянули лише декілька рубрик сайту корисних порад, де знайшли цілу низку лексичних та граматичних помилок. Відповідно, перспективою наших досліджень буде увага до стилістичного та пунктуаційного рівня цього ресурсу. У подальшому можна провести аналіз рівня грамотності аналогічних вітчизняних сайтів, розрахованих на масового читача.

Список використаної літератури

1. Амзин А. Новостная интернет-журналистика. URL: <http://www.newsman.tsu.ru/wp-content/uploads/2014/02/NIJ-2-20131006.pdf> (дата обращения: 06.05.2018).
2. Блинова Н. М. Специфіка редагування конвергентних ЗМІ. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. № 1 (26). С. 122–126.
3. Культура української мови : довідник / С.Я. Ермоленко та ін. ; за ред. С.Я.Ермоленко. Київ : Вища школа, 2005. 399 с.
4. Захарченко А. Інтернет-медіа : навч. посібник. Тернопіль : Крок, 2014. 198 с.
5. Крейг Р. Інтернет-журналистика: Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ. Київ : Києво-Могилянська академія, 2007. 324 с.
6. Дмитрів Л. Якість текстового контенту сайту з погляду редактора. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 9. С. 10–12.

References

1. Amzin, A. (2013). Online news journalism. Retrieved from <http://www.newsman.tsu.ru/wp-content/uploads/2014/02/NIJ-2-20131006.pdf>. (in Russian).
2. Blinova, N. (2017). The specifics of editing converged media. *State and Regions. Series: Social Communications*, 1(26), 122–126. (in Ukrainian).
3. Yemolenko, S. (ed.) (2005). The culture of the Ukrainian language. Kyiv : Vyshha shkola. (in Ukrainian).
4. Zakharchenko, A. (2014). Internet media. Ternopil : Krok. (in Ukrainian).
5. Kreig, R. (2007). Internet journalism: The work of journalist and editor in new media.. Kyiv. (in Ukrainian).
6. Dmytriv, L. (2014). Quality of Text Content of Website is from the Point of View of Editor. *Visnyk Knyzhkovoyi palaty*, 9, 10–12. (in Ukrainian).

Стаття надійшла до редакції 21.10.2018.

Назаренко Е. В. Качество текстового контента сайта полезных советов (на примере ресурса <http://poradumo.pp.ua>)

Ресурсы, рассчитанные на массового потребителя, пользуются повышенным спросом среди потребителей в интернете, среди которых наше внимание привлек сайт полезных советов. В статье исследовано качество текстового контента сайта добрых советов <http://cooker.com.ua>. Самыми распространенными ошибками являются: несогласование или неправильное употребление категорий рода и падежа; неправильное употребление предложных конструкций; неправильное образование числительных; неправильное образование сравнительной степени прилагательных; непереуведенные электронным переводчиком слова, представленные на русском языке, что способствует появлению лексических ошибок; русизмы.

Ключевые слова: сайт полезных советов, качественный текстовый контент, работа редактора, грамматические и лексические ошибки.

Nazarenko O. Text Content Quality of the Useful Advice Website (by the Example of the Web Resource <http://poradumo.pp.ua>)

Research Methodology. Method of text materials analysis, observation and description were applied in the study.

Results. Web resources oriented at mass users are the sites of great demand in the Internet. Our attention was attracted by the site of good advice. We set the task to evaluate the quality of text content of media product <http://poradumo.pp.ua>. Before publishing any material in the Internet the editor must check the text for inaccuracy, spelling, grammatical and stylistic errors. But relying on available free software for spelling checking, the editor did not interfere and did not correct a number of stylistic faults. The most common mistakes are inconsistencies in gender and case, improper numeral formation, invalid degrees of comparison, incorrect use of prepositional constructions, words without any translation written in Russian, words translated incorrectly by electronic interpreter, that lead to lexical errors and Russianisms.

Novelty. Websites that belong to the sphere of mass interest are on the periphery of scientific interests. We have already investigated sites on culinary but sites of useful tips that are oriented at wide audience also deserve attention of scientists. This fact determined the relevance of this investigation.

Practical value. Results of the research can be used for language learning and for editing.

Key words: useful tips, high-quality text content, grammatical and punctuation errors.