

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. М.В. ЛОМОНОСОВА

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра новых медиа и теории коммуникации

**Поисковая оптимизация сайта:
«белые» и «черные» методы SEO-продвижения**

Реферат
студентки IV курса в/о
НОВОСЕЛОВОЙ Г.Г.

Преподаватель –
канд.филол.наук. И.И. Засурский

Москва 2018

Оглавление

Введение.....	3
1. Что такое SEO, основы SEO-продвижения сайта.....	4
2. Внутренняя оптимизация сайта.....	6
3. Внешняя оптимизация сайта.....	9
4. «Черное» SEO: понятие, методы, применение.....	11
5. Основные принципы работы «черного» SEO.....	14
6. Борьба с «черным» SEO: стоит ли игра свеч?.....	16
Заключение.....	20
Библиографический список.....	22

Введение

В XXI веке невозможно представить жизнь без интернета. В нем можно найти все: информацию о погоде, мировые новости, рецепты и так далее. Сайты в интернете создают и компании, которые хотят привлечь новых покупателей.

Но как сделать так, чтобы сайт компании не только выдавался поисковыми системами по определенному запросу, но и был хотя бы в первой десятке при ранжировании? Для этого нужно развивать сайт. Специальные люди, которые называются SEO-специалистами занимаются развитием и продвижением сайта для того, чтобы сайт был на первых позициях в результатах выдачи поисковых систем. Еще одна цель работы SEOшников – увеличение посещаемости сайта и получение дальнейших доходов.

Продвижение сайта – работа нелегкая и довольно затратная не только в финансовом плане. Она требует много времени, ведь у поисковых систем довольно много требований, которые учитываются при ранжировании.

Следовать таким требованиям бывает не всегда легко, а результат многие владельцы сайтов хотят получить моментально. Именно поэтому практически одновременно с «белым» SEO появился так называемый «черный». Он тоже направлен на развитие сайта, но незаконными и большинстве случаев запрещенными методами.

В этой работе будут рассмотрены основные принципы работы как white, так и black SEO. Будут также описаны методы борьбы с «черной» оптимизацией сайта в наши дни.

В конце работы мы сделаем вывод: какой из способов продвижения наиболее эффективен.

Что такое SEO, основы SEO-продвижения сайта

SEO или Search Engine Optimization в переводе с английского означает оптимизацию под поисковые системы или просто поисковую оптимизацию. Фактически это подготовка к раскрутке сайта в поисковых системах. SEO состоит из двух частей: технической оптимизации и оптимизации контента. Поисковые системы лучше «видят» или индексируют страницы сайта, если он хорошо оптимизирован. Это важно также для дальнейшего продвижения сайта¹.

Поисковая оптимизация позволяет привлекать новых посетителей на сайт по ключевым запросам. Для большинства сайтов основным источником посетителей являются не социальные сети или контекстная реклама, а именно поисковые системы. По словам российского предпринимателя в сфере информационных технологий Игоря Ашманова, такое распределение ролей логически вытекает из распределения пользовательских потоков. Причем это подтверждается статистикой: 80 из 100 новых посетителей приходят на сайт именно из поисковых систем и каталогов².

При создании в сети Интернет нового сайта, необходимо думать сразу о нескольких вещах. Нужно заранее продумать, для какой конкретной аудитории сайт будет предназначен, и откуда будут приходить пользователи.

Нельзя создавать сайт, ориентируясь только на его потенциальную аудиторию. Это будет способствовать весьма долгому развитию, но сайт может так и не достигнуть своей цели (не приносить прибыль или не привлекать клиентов). Именно поэтому важно сделать сайт интересным не только для пользователей, но и для поисковых роботов.

Для этого и нужно SEO, ведь трудно привлечь клиентов в интернете без поисковой оптимизации.

1 Иванов И.И. SEO учебник для начинающих: Поисковая оптимизация от А до Я, 2011. С. 10.

2 Ашманов И. Иванов А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. 3-е изд. СПб.: Питер, 2011. С. 19.

Search Engine Optimization не обязательно использовать при создании персональных страниц, которые ориентированы только на владельца сайта или предназначены ограниченной аудитории. SEO необходимо для сервисов, которые рассчитаны на широкий круг пользователей. Чаще всего подобные ресурсы предоставляют различные товары и услуги, например, интернет-магазины. Таким сайтам важно, чтобы пользователь самостоятельно находил в интернете предлагаемый ими продукт, а значит, и компанию.

Несмотря на техническую сложность, SEO остается маркетинговым инструментом. Специалисты по оптимизации должны наравне с сотрудниками отделов маркетинга понимать услуги, знать товары и понимать бизнес-стратегию, конкурентную среду и брендинг конкретной компании. Также SEO-специалисту нужно видеть дальнейшее развитие сайта³.

Специалисты по оптимизации знают, что пользователи ищут информацию по разным поисковым запросам. Для того, чтобы определить реальные запросы пользователей, SEO-специалисты изучают ключевые слова. Причем специалистам приходится регулярно анализировать изменения поисковой среды, так как поисковые системы постоянно улучшают качество работы. Именно по этой причине сегодня не существует универсального плана оптимизации.

Итак, при разработке SEO-стратегии необходимо учитывать несколько факторов:

- товары или услуги (которые предлагает компания);
- целевую аудиторию;
- бренд;
- структуру Web-сайта;
- текущий контент сайта;
- легкость видоизменения сайта и его структуры;
- ресурсы для разработки нового контента;

³ Энж Э. SEO – искусство раскрутки сайтов: Пер. с англ. / Э. Энж, С. Снен-сер, Р. Фишкин, Д. Стрикчиола. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб.: БХВ-Петербург, 2014. С. 84.

– конкурентную среду и так далее⁴.

Все эти факторы влияют на внутреннюю или техническую оптимизацию сайта.

Внутренняя оптимизация сайта

Продвижение сайтов делится на две области – внутреннюю оптимизацию и внешнюю. Техническая (внутренняя) оптимизация – это оптимизация сайта под поисковые системы. Другими словами, это приведение внутреннего содержимого сайта (кода страницы) к требованиям поисковых систем⁵.

В последнее время наблюдается тенденция оптимизации сайта не полностью (только нескольких страниц). Такое SEO называют «частичным». Однако это неверный подход. Необходимо проводить оптимизацию на всем сайте.

Специалисты по оптимизации для проверки индексации сайта (добавления сведений о сайте поисковым роботом в базу данных,) используют теги, ключевые слова, раздел description, уникальность контента и изображений, карту сайта, закрытие лишнего контента от индексации, возраст домена, проверку на аффилиаты (сайты схожей тематики). Для проверки оптимизации сайта можно использовать разные программы (софты): Яндекс.Метрику, Яндекс.Вебмастер, Google Analytics, PR-CY, Screaming Frog SEO Spider.

Стоит помнить, что на сайте не все страницы стоит отдавать на индексацию поисковому роботу⁶. На форуме, например, служебные страницы, карточки пользователей или списки участников не несут полезную

⁴ Энж Э. SEO – искусство раскрутки сайтов: Пер. с англ. / Э. Энж, С. Снен-сер, Р. Фишкин, Д. Стрикчиола. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб.: БХВ-Петербург, 2014. С.87-88.

⁵ Севостьянов И.О. Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2016. С. 128.

⁶ Ашманов И. Иванов А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2011. С. 97.

информацию, которую пользователь может искать через поисковик. На любом форуме есть страницы обсуждений, на которых участники обмениваются мнениями. Именно эти страницы должны быть проиндексированы поисковыми роботами на сайте форума в первую очередь.

Еще один пример – версии страниц для печати. На многих сайтах под статьей или новостью есть ссылка на версию для печати. Это та же страница с тем же текстом, но отличается она тем, что на ней нет навигационных ссылок, рекламы и другой лишней информации. Если пользователь попадет на подобную страницу через поиск, то увидит только текст (статьи или новости), но не сможет перейти на другие страницы сайта, так как на ней не будет панели меню.

Хотя мнения о том, стоит ли закрывать отдельные страницы сайта расходятся, многие специалисты советуют закрывать весь лишний контент от индексации и оставлять только самое важное. Как правило SEOшники советуют закрывать меню; исходящие ссылки; ссылки, которые ведут на одни и те же страницы; картинки; дублирующие части (блоки) контента⁷.

Такие меры повышают релевантность страницы, добавляют ей условный вес. Сайт же в свою очередь будет выходить на более высокие позиции при ранжировании и не будет засорять индекс поисковой машины.

Для страниц, которые открыты поисковому боту для индексации, необходимо проводить коррекцию. Этот процесс повышает позиции сайта в результатах поиска. Для коррекции существует множество рекомендаций. Одна из них – использовать в предложениях сайта одно и то же ключевое слово⁸. Это противоречит основному закону литературного языка – не использовать в соседних предложениях одни и те же слова (или однокоренные), а употреблять синонимы, местоимения и так далее. В случае с сайтом это правило работает наоборот.

⁷ Севостьянов И.О. Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2016. С. 138.

⁸ Ашманов И. Иванов А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2011. С. 187.

При этом необходимо также помнить, что нельзя выделять полужирным шрифтом или курсивом все слова. Любое выделение должно быть оправдано. В естественных текстах (то есть в текстах, созданных для пользователей, а не для поисковых страниц) полужирным шрифтом и курсивом выделяют только важные слова, на которые автор хочет обратить внимание читателя. Полужирным шрифтом на страницах сайта принято делать смысловые акценты, выделять тезисы, анонсы и выводы. Курсивом же обычно выдвигают на первый план цитаты⁹.

Любой большой текст на странице стоит делить на смысловые части. Причем каждую из них необходимо озаглавить. Эти подзаголовки обычно выносятся в оглавление (на верх страницы). Подобные подзаголовки делают ключевые фразы более заметными. Тем не менее и здесь нужно помнить о мере. Подобный прием стоит использовать только для текстов, объем которых позволяет это сделать¹⁰.

Работая с ключевыми словами стоит помнить, что поисковики легко распознают переоптимизацию (перенасыщение сайта факторами, которые влияют на ранжирование в поисковой системе). Если на странице ключевые слова будут употребляться слишком часто, то сайт будет или забанен, или показан поисковиком глубоко в результатах поиска, ниже зоны видимости¹¹.

Поэтому в тексте выделять полужирным шрифтом или курсивом стоит одну или две фразы, и делать больший упор на словоформы и синонимы. То есть текст надо сделать максимально читабельным, но не забыть при этом слегка подсказать (с помощью выделений и ключевых слов) поисковику, что на странице самое главное¹².

Для того, чтобы страница высоко ранжировалась, необходим уникальный контент. Страница с неуникальным контентом не несет какой-

9 Ашманов И. Иванов А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2011. С. 188.

10 Там же. С. 188-189.

11 Там же. С. 192.

12 Иванов И.И. SEO учебник для начинающих: Поисковая оптимизация от А до Я, 2011. С. 90.

либо ценности для посетителей, поэтому не обладает хорошим передаваемым весом¹³.

Поисковики всегда оценивают хороший, продающийся контент. Тем не менее SEO-специалисту стоит помнить, что контент должен быть не только уникальным. Он должен быть написан в соответствии с нормами русского литературного языка и должен быть ориентирован на человека, а не на поисковую машину¹⁴.

Внешняя оптимизация сайта

Как было сказано ранее, внешняя оптимизация – это составная часть продвижения сайта. Если у внутренней (технической) оптимизации есть лимит, который ограничивает действия, то у внешней его нет.

Основная цель внешней оптимизации – получить ссылку с другого качественного сайта с нужным анкором (текстом, за которой скрывается гиперссылка на источник информации). Причем качественным ресурсом можно считать домен, возраст которого больше шести месяцев¹⁵.

Очевидно, что ставить ссылку на страницах, которых нет в индексе поисковой системе или которые содержат в контенте страницы стоп-слова (ненормативная лексика, обилие кодов), нет смысла. Смысл появляется, когда есть возможность отследить индексацию.

Размещать ссылки можно разными способами: на платной основе, в качестве PR-продвижения (через другие сторонние сайты), взаимным обменом (бартерная основа), в социальных сетях (может помочь в привлечении дополнительного трафика), на форумах и других бесплатных сайтах.

¹³ Там же. С. 48.

¹⁴ Севостьянов И.О. Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2016. С. 135.

¹⁵ Иванов И.И. SEO учебник для начинающих: Поисковая оптимизация от А до Я, 2011. С. 220.

Важно при размещении ссылки учитывать авторитет страницы, на которых предполагается размещать ссылки. Авторитетность страницы можно оценить по косвенным открытым показателям – тИЦ и Moz Rank. Имеет еще значение количество исходящих внешних ссылок на странице. При этом чем больше исходящих ссылок, тем меньше эффективность размещения. Ссылки с учетом текста запроса эффективнее всего размещать на страницах, которые наиболее релевантны запросу¹⁶.

Сегодня большое внимание уделяется социальным сетям. Они также помогают продвижению сайта. Тем не менее не во всех соцсетях ссылки имеют вес.

Как известно, активность в социальных сетях выражается в лайках, комментариях, репостах, постах со ссылками, ведущими на определенный сайт, и в количестве переходов по ссылкам. Если говорить о возможности лайкнуть запись, не покидая пределы конкретного сайта, то лайки довольно часто учитываются поисковиками и влияют на ранжирование сайта. Это характерно, например, для лайков страниц в Facebook¹⁷.

Репосты – еще более эффективный сигнал, особенно, если их делают пользователи с большим количеством реальных подписчиков. Поисковики обращают внимание на репосты, поэтому на сайтах с грамотной SEO-политикой можно часто увидеть виджеты соцсетей рядом с призывом поделиться статьей.

Как уже было сказано ранее, поисковые системы учитывают лайки на страницах Facebook. Учитываются при ранжировании и репосты. При этом наиболее эффективны в этой социальной сети лайки, поставленные именно странице бренда или компании – они ценятся больше лайков, собираемых отдельными постами¹⁸.

16 Ашманов И. Иванов А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2011. С. 202.

17 Социальные сети и SEO: как продвигать сайт с помощью социальных сигналов, 14 июля 2017. URL: <http://www.maxstyle.ru/blog/sotsialnye-seti-i-seo/> (дата обращения: 6.06.2018).

18 Там же.

Facebook тем выше ценит лайки, чем авторитетнее аккаунт пользователя или известнее страница. Для привлечения лайков на конкретный сайт специалисты советуют создавать интересный контент для соцсети, проводить опросы и конкурсы¹⁹.

Принципы продвижения с помощью ВКонтакте аналогичны фейсбучным. Некоторые поисковики, например, «Яндекс» индексируют страницы пользователей этой соцсети и отображают их в результатах поиска. Поисковая система индексирует также статусы и записи вместе со ссылками. Это также обеспечивает дополнительные переходы на сайт.

Если говорить о группах, то для «Яндекса» важно количество участников. Индексацию контента поисковик начинает после того, как число подписчиков публика превышает 500 пользователей²⁰.

Твиты в Twitter тоже индексируются поисковыми системами. Индексируются и ссылки внутри постов (даже пропущенные через сервис по сокращению ссылок). При этом ценятся твиты авторитетных пользователей (с большим количеством подписчиков). То есть для индексации Twitter, уточняют специалисты, необходим авторитетный аккаунт, большое количество ретвитов, добавления в favorites²¹.

Популярный в наши дни Instagram пока не индексируется поисковыми системами, но это вопрос времени. Многие специалисты рекомендуют развивать аккаунт в Instagram. Это может стать серьезным преимуществом перед конкурентами, когда Instagram начнет полноценно индексироваться поисковиками²².

19 Влияние социальных сетей на продвижение сайта. URL: https://www.russianpromo.ru/publications/vliyanie_sotsyalnykh_setey_v_prodvizhenii_sayta/ (дата обращения: 4.05.2018).

20 Социальные сети и SEO: как продвигать сайт с помощью социальных сигналов, 14 июля 2017. URL: <http://www.maxstyle.ru/blog/sotsialnye-seti-i-seo/> (дата обращения: 6.06.2018).

21 Влияние социальных сетей на продвижение сайта. URL: https://www.russianpromo.ru/publications/vliyanie_sotsyalnykh_setey_v_prodvizhenii_sayta/ (дата обращения: 4.05.2018).

22 Социальные сети и SEO: как продвигать сайт с помощью социальных сигналов, 14 июля 2017. URL: <http://www.maxstyle.ru/blog/sotsialnye-seti-i-seo/> (дата обращения: 6.06.2018).

«Черное» SEO: понятие, методы, применение

«Черное SEO» (black SEO) – это способы продвижения, которые основаны на массовости, высокой степени автоматизации и нарушении всех возможных правил, установленных поисковыми системами. Основная цель, преследуемая при этом, – ускоренный «жесткий» захват позиций в ТОПах поисковых выдач²³.

Есть темы, которые Яндекс и Google не пропускают в рекламу, то есть они попросту не показываются. Однако «черное» SEO позволяет подниматься в поисковых запросах в ТОП рейтинга.

«Черные» методы продвижения до сих пор используются в SEO-мире. Тем не менее многие специалисты по SEO используют их ненамеренно. Но незнание не освобождает от ответственности. Методы «черного» SEO могут сильно навредить сайту, из-за них сайт могут просто забанить.

Существует несколько основных методов «черного» SEO. Один из них – клоакинг. Это показ индексирующим роботам и пользователям сайта разного содержимого. Каждый из них при этом видит только предназначенный ему текст. По сути, в таких случаях существует две версии сайта: интересная, полезная для посетителей и корявая, с множеством ключевых слов для поисковых роботов²⁴. Клоакинг нарушает правила поисковых систем и ведет к бану, поэтому использовать его на «белых» сайтах нет смысла²⁵.

Еще один метод – скрытый текст. В этом случае ключевые слова обычно прячутся с помощью свойств CSS «display: none» или «visibility: hidden», или же прописываются белыми буквами на белом фоне. Этот способ

²³ Насколько опасно использовать черное SEO, 28 дек. 2015. URL: <https://seo-akademiya.com/baza-znaniy/osnovyi-seo/7-priemov-chernogo-seo/> (дата обращения: 2.05.2018).

²⁴ Там же.

²⁵ Самый полный список методов черного SEO, 5 янв. 2017. URL: <http://blog.darios.ru/2017/01/05/samyj-polnyj-spisok-metodov-chernogo-seo/> (дата обращения: 2.05.2018).

можно отнести к клоакингу, так как текст от обычного пользователя скрыт, но индексирующим роботами он виден²⁶.

Следующий метод black SEO – невидимые ссылки, анкеры которых – это знаки препинания (точки и запяты). К «черным» методам можно также отнести использование ссылок, которые привязаны к невидимым пользователю картинкам размером 1x1²⁷. Используются такие ссылки не только в контенте страницы, но и в комментариях пользователей.

Размещать ссылки на чужом сайте можно и путем взлома (владелец при этом не будет ничего знать). Такие приемы относят к категории «Противозаконные “черные” методы оптимизации веб-ресурсов». Подобные способы сейчас почти не используются из-за того, что роботы поисковых систем научились их распознавать.

Еще одна тактика – дорвеи. Дорвеями называют страницы, которые созданы специально для сортировки в поисковой выдаче по определенным ключевым словам. Причем эти страницы ведут пользователей на другие страницы. Проблема заключается в том, что на дорвеях нет полезного контента, в основном они ведут на бесполезные страницы²⁸.

Линкбэитинг – это тактика, при которой на определенную страницу или статью привлекаются ссылки, после чего в текст включаются коммерческие предложения²⁹. Можно, например, написать в блоге пост, который привлечет много ссылок, а потом заменить данные в нем на информацию о продаже товаров и услуг.

В «черном» SEO можно также создать сателлиты. Или другими словами «спутники». Принцип действия у этой тактики простой. Для продвижения конкретного сайта создается множество сайтов, которые

26 Там же.

27 Насколько опасно использовать черное SEO, 28 дек. 2015. URL: <https://seo-akademiya.com/baza-znaniy/osnovyi-seo/7-priemov-chernogo-seo/> (дата обращения: 2.05.2018).

28 25 тактик «черного» SEO-продвижения, которые убьют ваш сайт, 17 февр. 2016. URL: <https://adviko.by/blog/2016/02/25-taktik-chyornogo-seo-prodvizheniya-kotorye-ubyut-vash-sajt/> (дата обращения: 2.05.2018).

29 Там же.

ссылаются на продвигаемый. Специалисты называют это «манипуляцией поисковой выдачей»³⁰. Это один из самых ненавистных поисковым системам метод black SEO. Карается использование этой тактики довольно строго – поисковые системы просто перестают индексировать сайт.

Методами «черного» SEO пользоваться можно, однако стоит помнить, что оно продвигает сайт скрытыми, непорядочными и даже воровскими методами, которые не соответствуют руководствам поисковых систем³¹.

Помимо перечисленных выше способов, некоторые разработчики также используют линкаторы, Google bombing, накрутку поведенческих факторов, свопинг и многое другое.

Основные принципы работы «черного» SEO

Методы black SEO, которые были указаны ранее, постоянно совершенствуются. В этой части работы мы рассмотрим принципы работы некоторых тактик «черного» продвижения сайтов.

Уязвимости можно найти на многих сайтах. Не обходятся без них и поисковые системы. В 2017 году в рамках Vulnerability Reward Program (программ для поиска багов и иных уязвимостей в веб-сервисах Google) была найдена уязвимость в продуктах Google. Тогда американская корпорация заплатила около 3 млн долларов экспериментаторам, которые обнаружили лазейки³².

Еще одну уязвимость в поисковой системе нашел осенью 2017 года SEOшник из Великобритании Tom Anthony. Он тоже получил вознаграждение

³⁰ Черное SEO: все, что вы хотели знать, но боялись загуглить, 1 марта 2017. URL: <https://spark.ru/startup/cookiezz/blog/27841/chernoe-seo-vse-chto-vi-hoteli-znat-no-boyalis-zaguglit> (дата обращения: 2.05.2018).

³¹ Черное SEO: Советы для вебмастеров, 10 окт. 2010. URL: <https://devaka.ru/articles/black-seo-tips> (дата обращения: 2.05.2018).

³² Как занять топовые позиции в Google, используя уязвимость XML-карт в Search Console, 28 марта 2018. URL: <https://devaka.ru/articles/xml-sitemap-exploit> (дата обращения: 4.05.2018).

от Google в размере более тысячи долларов. Уязвимость, которую обнаружил англичанин, позволяла быстро индексироваться и получать чужой трафик³³.

По словам Тома, у Google есть URL, по которому можно пингануть (просканировать) XML Sitemap – специальный файл в формате .xml, который хранится в корневой директории сервера³⁴. После пинга Google сканирует карту сайта и подвергает анализу адреса в нем. Для любых сайтов с открытым перенаправлением (таких как LinkedIn, Facebook и так далее) можно пингануть Sitemap, который располагается у вас на домене, и Google будет доверять этой карте сайта, как и зараженному сайту³⁵.

Еще одним принципом работы black SEO можно назвать накрутку поведенческих факторов. Суть заключается в том, что при ранжировании поисковые системы учитывает также время просмотра и количество переходов по сайту (то есть число просмотренных страниц). Чем эти значения больше, тем лучше. Возможностей накрутки поведенческих факторов существует несколько.

Первый способ – специальное программное обеспечение, которое будет подменять IP-адреса и имитировать поведение человека. Причем действия будут проходить по заданному алгоритму. Еще одна возможность – нанять реальных людей, которые будут выполнять действия по определенной инструкции. В задании можно прописать способ перехода на сайт, время просмотра главной страницы, дальнейшие переходы на другие страницы сайта и так далее³⁶.

Все условия обычно обговариваются в этом случае отдельно. Обговаривается заранее и цена. Минимальная стоимость варьируется обычно от одного до пяти центов. Клиентское SEO, то есть раскрутка на основе

³³ Там же.

³⁴ Sitemap, 16 февр. 2015. URL: <https://semantica.in/blog/sitemap.html> (дата обращения 4.05.2018).

³⁵ Как занять топовые позиции в Google, используя уязвимость XML-карт в Search Console, 28 марта 2018. URL: <https://devaka.ru/articles/xml-sitemap-exploit> (дата обращения: 4.05.2018).

³⁶ Как накрутить поведенческие факторы Яндекса, 3 июня 2011. URL: <https://bakalov.info/kak-nakrutit-povedencheskie-factory-yandeksa-palyu-temu/> (дата обращения: 6.05.2018).

зарегистрировавшихся на сайте пользователей, происходит бесплатно (обычно на взаимовыгодных условиях).

Специалисты по «черному» SEO рекомендуют не увлекаться последним способом накрутки поведенческих факторов. Если за одни сутки определенный запрос делали 100 человек, то опасно на следующий день ставить 1000 запросов. Ограничиться стоит 20-30 запросами³⁷.

Еще один принцип работы black SEO – закупка ссылок на специальных сервисах. Ссылки для продвижения сайта покупаются для лучшего ранжирования. Ссылка в этом случае выступает в качестве рекомендации (один сайт рекомендует другой сайт, оставляя на него ссылку). Чем больше рекомендаций (то есть ссылок), тем лучше. Поисковая система в свою очередь «прислушивается» к подобным рекомендациям.

При покупке ссылок многие специалисты отдают предпочтение вечным ссылкам. Их преимущество заключается в том, что они появляются вместе с публикацией. Это выглядит более естественно. Обычно статья со ссылкой тематическая, ссылка же публикуется в теле статьи. Тем не менее у вечных ссылок есть недостатки. Подобные ссылки вечны, пока живет сайт, причем они достаточно дорогие и их сложнее снять, если сайт попадет под фильтр (за это придется дополнительно заплатить)³⁸.

Еще один вид закупаемых ссылок – динамические или арендные. Они долго индексируются, но быстро умирают. Арендные ссылки легко продавать в больших объемах, но их продавцы часто попадают под фильтр. Преимущество динамических ссылок – дешевизна и простота управления (купить можно в любой момент).

Хотя покупка ссылок на сайт – распространенный принцип black SEO, поисковые системы рано или поздно все равно вычислят продажные ссылки³⁹.

³⁷ Там же.

³⁸ Покупка ссылок для продвижения сайта 2016: полное руководство + комментарии экспертов, 26 июля 2016. URL: <http://alaev.info/blog/post/5745> (дата обращения: 6.05.2018).

³⁹ Там же.

Борьба с «черным» SEO: стоит ли игра свеч?

«Белое» и «черное» SEO преследуют одинаковые цели – вывести сайт в первые позиции выдачи по поисковому запросу. При этом неважна тематика сайта. Сайты создаются, чтобы они работали. А работать они могут только за счет высокого уровня посещаемости.

Различие black и white SEO заключается не только в способах достижения указанной цели, но и во времени ее реализации. «Черные» методы позволяют вывести сайт в ТОП за очень короткое время. Причем, как уже было сказано ранее, основываются такие принципы на поиске уязвимостей поисковиков (ведь не существует пока совершенных систем) и их обмане.

Тем не менее поисковые системы ведут борьбу с «черными» SEO-оптимизаторами. Корпорация Google, например, запустила в ноябре 2010 году Vulnerability Reward Program (о ней мы уже упоминали ранее). Это поощрительная программа выплат вознаграждения за выявленные уязвимости в веб-сервисах Google (в том числе в приложениях и расширениях Google из Google Play, iTunes и Chrome Web Store). Это один из способов стимуляции профессиональных программистов, которые хорошо разбираются в тонкостях веб-технологий и хакерских методиках. Только за первые три года существования программы выплаты на общую сумму более 828 000 долларов получили более 250 человек⁴⁰.

У «Яндекса» для поиска багов есть конкурс «Охота за ошибками». Компания выплачивает награды за обнаруженные в безопасности сервисов и приложений «Яндекс» (веб-сервисах, в мобильных приложениях «Яндекса» для устройств на iOS и Android, в десктопных приложениях) проблемы. Все

⁴⁰ Google увеличила вознаграждение для участников Vulnerability Reward Program, 13 июня 2013. URL: <https://www.anti-malware.ru/news/2013-06-13/12044> (дата обращения 6.05.2018).

нашедшие уязвимости получают денежный приз (до 170 000 рублей) и могут попасть в Зал славы компании⁴¹.

Не только свободные программисты находят уязвимости в поисковых системах. Поисковые роботы не стоят на месте, постоянно развиваются. Их алгоритмы постоянно улучшаются, поэтому и багов становится все меньше.

Поисковые роботы также ежедневно сканируют миллионы сайтов. Если система обнаруживает резкий скачок активности, то сайт забанивается и убирается из результатов поиска.

Если рассматривать black SEO исключительно с точки зрения эффективности, то оно приносит тот же результат, что и white SEO, но примерно в несколько раз быстрее.

Существует еще один фактор, о котором мало кто знает: талантливый черный SEO-специалист может вывести сайт в ТОП-10 хоть на 10 лет. Но для этого он должен потрудиться: создать хорошую сетку сайтов, которую будет периодически улучшать. Сложность состоит в том, что для создания качественной сетки нужно много времени, финансов и таланта⁴².

Это, к слову, удалось в 2011 году нынешнему главе отдела маркетинга компании Mex Group Джеффу Дойчу. Он опубликовал рассказ о своем прошлом в блоге на Medium⁴³. Джеффу и его партнерам удалось создать сеть сайтов, которые содержали ссылки на их клиентов. Сеть тогда называлась ALN (Authority Link Network). Причем чем больше ссылок было на ресурс, тем надежнее он выглядел для Google и тем выше, следовательно, ранжировался.

Такой «бизнес» приносил Джеффу и его партнерам много денег. Их крупнейшим клиентом была мексиканская компания, которая предлагала звездам возможность управлять репутацией в интернете. Компания платила

41 Конкурс «Охота за ошибками». URL: <https://yandex.ru/bugbounty/> (дата обращения: 6.05.2018).

42 Черное SEO: все, что вы хотели знать, но боялись загуглить, 1 марта 2017. URL: <https://spark.ru/startup/cookiezz/blog/27841/chernoe-seo-vse-chto-vi-hoteli-znat-no-boyalis-zaguglit> (дата обращения: 2.05.2018).

43 Confessions of a Google Spammer, 16 нояб. 2016. URL: <https://thinkgrowth.org/confessions-of-a-google-spammer-4f2e0c3e9869> (дата обращения: 30.04.2018).

Джеффу по 25 тысяч долларов в месяц, а с клиентов брала суммы в 50 или в 100 раз больше.

Несмотря на хорошую прибыль от этого проекта и большую известность сервиса, проект не увенчался успехом.

«16 марта 2012 года поисковой системе удалось выследить нашу сеть, в которой было 25 тысяч сайтов и блогов. За первую неделю она сняла с индексации около 5297 сайтов», – написал в блоге Джефф Дойч⁴⁴.

По словам американца, для Google не составило труда вычислить отдельные сайты этой сети. Корпорация просто купила размещение нескольких ссылок, а затем проверила, где они всплыли, и кто еще ссылался на этот ресурс. Так постепенно Google определил всех участников сети⁴⁵.

После такого крупного краха Джефф Дойч пытался создать еще несколько аналогичных сетей, но они долго не задерживались, все сайты быстро обнаруживались. Именно после цепочки неудач Джефф решил перейти с «черной» на «белую» сторону оптимизации. Он стал работать легально.

Джефф Дойч понял, что будущее стоит входящим маркетингом и начал им заниматься. Первым ресурсом, который американец стал развивать по этой стратегии, стал сайт небольшого стартапа Ptengine. Компания на тот момент уже успешно развивалась на японском рынке, но хотела выйти на англоговорящий рынок. Джефф стал использовать все возможные принципы входящего маркетинга: email-рассылки по предварительному соглашению, спонсорские публикации, SMM и размещение продукта на интернет-маркете StackSocial. В итоге Джеффу Дойчу удалось выполнить поставленную цель – удвоить количество пользователей ресурса за два месяца. Благодаря этому Ptengine заключила сделку с крупным инвестором.

44 Там же.

45 Confessions of a Google Spammer, 16 нояб. 2016. URL: <https://thinkgrowth.org/confessions-of-a-google-spammer-4f2e0c3e9869> (дата обращения: 30.04.2018).

Сейчас Джефф уверен, что не зря все вокруг говорят о контенте. Контенту действительно принадлежит огромная власть.

«Если коротко, то спустя 5 лет, на протяжении которых я считал “белых” SEOшников и маркетологов снобами, я наконец-то безоговорочно встал на путь истинный»⁴⁶, – заключил в своем блоге Джефф Дойч.

Заключение

Как уже было сказано, white и black SEO преследуют одинаковую цель – вывести ресурс на топовые позиции в поисковой выдаче. Однако «белые» SEO-методы не несут никаких штрафных санкций. То есть продвижение сайта легальными способами не повлечет бана и исключения ресурса из поискового ранжирования. Хотя white SEO и занимает достаточно много времени, оно в любом случае будет продвигать сайт, принося стабильное увеличение числа пользователей.

В отличие от «черного», «белые» методы оптимизации используют создание полезного сайта, который наполняется уникальным контентом. То есть легальное продвижение выгодно не только владельцу сайта, но и пользователям, ведь на таком ресурсе регулярно публикуется качественный и интересный контент.

Пользуясь «черными» методами продвижения, можно не только быстро получить большой прирост пользователей, рекламы и, следовательно, денег. Можно так же быстро все потерять. Но стоит помнить, что подобные способы поднятия сайта в ТОП поисковой выдачи носят кратковременный

⁴⁶ Там же.

эффект. Поисковики научились быстро находить ресурсы, продвигаемые нелегальными способами. В противном случае такой сайт могут выдать поисковикам «белые» SEOшники, которым невыгодно продвижения сайта конкурента «черными» методами. При этом если поисковая система обнаружит black SEO, сайт попадет под фильтр и будет исключен из поисковой выдаче. О существовании подобного сайта можно будет забыть.

Те, кто используют «черные» методы SEO, считают подобные риски вполне оправданны, учитывая возможность получить прибыль в случае, если удастся провернуть «черные» методы раскрутки и при этом не попасться «на горячем».

Тем не менее «черными» методами SEO с каждым днем пользоваться становится все сложнее. Поисковые системы устраняют уязвимости, также появляются специальные конкурсы и программы, которые награждают программистов, нашедших лазейки. По этой причине все больше «черных» SEO-оптимизаторов не хотят рисковать и обращаются к «белым» методам продвижения сайтов.

При создании сайта и проведении поисковой оптимизации всегда стоит помнить, что настоящее («белое») SEO не принесет быстрых результатов. Зато его методы намного долговечнее «черных».

Библиографический список:

1. Ашманов И. Иванов А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2011.
2. Белая раскрутка сайта и черное сео — в чем отличие, 8 авг. 2017. URL: <https://alzari.ru/belaya-raskrutka-sajta-chnoe-seo.html> (дата обращения: 6.05.2018).
3. Влияние социальных сетей на продвижение сайта. URL: https://www.russianpromo.ru/publications/vliyanie_sotsyalnykh_setey_v_prodvizhenii_sayta/ (дата обращения: 4.05.2018).
4. Иванов И.И. SEO учебник для начинающих: Поисковая оптимизация от А до Я, 2011.
5. Как занять топовые позиции в Google, используя уязвимость XML-карт в Search Console, 28 марта 2018. URL: <https://devaka.ru/articles/xml-sitemap-exploit> (дата обращения: 4.05.2018).
6. Как накрутить поведенческие факторы Яндекса, 3 июня 2011. URL: <https://bakalov.info/kak-nakrutit-povedencheskie-factory-yandeksa-palyu-temu/> (дата обращения: 6.05.2018).

7. Конкурс «Охота за ошибками». URL: <https://yandex.ru/bugbounty/> (дата обращения: 6.05.2018).
8. Насколько опасно использовать черное SEO, 28 дек. 2015. URL: <https://seo-akademiya.com/baza-znaniy/osnovyi-seo/7-priemov-chernogo-seo/> (дата обращения: 2.05.2018).
9. Покупка ссылок для продвижения сайта 2016: полное руководство + комментарии экспертов, 26 июля 2016. URL: <http://alaev.info/blog/post/5745> (дата обращения: 6.05.2018).
10. Самый полный список методов черного SEO, 5 янв. 2017. URL: <http://blog.darios.ru/2017/01/05/samyj-polnyj-spisok-metodov-chernogo-seo/> (дата обращения: 2.05.2018).
11. Севостьянов И.О. Поисковая оптимизация. Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2016.
12. Социальные сети и SEO: как продвигать сайт с помощью социальных сигналов, 14 июля 2017. URL: <http://www.maxstyle.ru/blog/sotsialnye-seti-i-seo/> (дата обращения: 6.06.2018).
13. Черное SEO: все, что вы хотели знать, но боялись загуглить, 1 марта 2017. URL: <https://spark.ru/startup/cookiezz/blog/27841/chnoe-seo-vse-chto-vi-hoteli-znat-no-boyalis-zaguglit> (дата обращения: 2.05.2018).
14. Черное SEO: Советы для вебмастеров, 10 окт. 2010. URL: <https://devaka.ru/articles/black-seo-tips> (дата обращения: 2.05.2018).
15. Энж Э. SEO – искусство раскрутки сайтов: Пер. с англ. / Э. Энж, С. Сненсер, Р. Фишкин, Д. Стрикчиола. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб.: БХВ-Петербург, 2014.
16. Яндекс.Метрика: инструкция по веб-аналитике. – Бесплатное электронное издание. – Коллектив авторов под ред. Е. Илюшкиной и А. Косолобова. – ООО «Ингейт Реклама», 2015.

17. 25 тактик «черного» SEO-продвижения, которые убьют ваш сайт, 17 февр. 2016. URL: <https://adviko.by/blog/2016/02/25-taktik-chyornogo-seo-prodvizheniya-kotorye-ubyut-vash-sajt/> (дата обращения: 2.05.2018).

18. Confessions of a Google Spammer, 16 нояб. 2016. URL: <https://thinkgrowth.org/confessions-of-a-google-spammer-4f2e0c3e9869> (дата обращения: 30.04.2018).

19. Google увеличила вознаграждение для участников Vulnerability Reward Program, 13 июня 2013. URL: <https://www.anti-malware.ru/news/2013-06-13/12044> (дата обращения 6.05.2018).

20. Sitemap, 16 февр. 2015. URL: <https://semantica.in/blog/sitemap.html> (дата обращения 4.05.2018).