

Роман Бондарь

Поиск без результата

почему SEO перестала быть профессией



Роман Бондарь
Поиск без результата.
Когда SEO перестала
быть профессией

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=73436188

ISBN 9785006937444

Аннотация

Эта книга – не про будущее. Она про конец эпохи, которую до сих пор пытаются выдавать за живую. Открывать стоит лишь в том случае, если вы готовы признать реальность – или честно решить, что удобнее продолжать в инерции.

Содержание

Дисклеймер	5
Авторская позиция	6
Пролог	11
Глава 1. Ранние алгоритмы как инженерная система	14
Глава 2. Структура как первичная форма понимания	20
Глава 3. Текст как управляемая переменная	24
Глава 4. Ссылки как внешний компенсатор	29
Конец ознакомительного фрагмента.	31

Поиск без результата. Когда SEO перестала быть профессией

Роман Бондарь

© Роман Бондарь, 2026

ISBN 978-5-0069-3744-4

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

«Поиск без результата. Когда SEO перестала быть профессией»

Автор: Роман Бондарь.

г. Иваново, 2026 год.

О книге

Жанр: документальная публицистика.

Формат: авторский аналитический текст от первого лица с элементами профессионального, культурного и социального анализа.

Дисклеймер

Эта книга является авторским аналитическим высказыванием и отражает личную профессиональную позицию автора, сформированную на основе многолетнего практического опыта.

В тексте не рассматриваются конкретные компании, бренды или частные лица. Все выводы касаются общих рыночных процессов, архитектуры поисковых систем и изменений в цифровой среде.

Книга не является руководством, рекомендацией или призывом к действиям, а также не преследует цели дискредитировать профессию, рынок или отдельных участников индустрии. Любые совпадения с реальными практиками, компаниями или бизнес-моделями носят обобщённый характер.

Автор не утверждает наличие нарушений, мошенничества или недобросовестных действий со стороны каких-либо лиц или организаций. Все оценки и формулировки в книге являются аналитическими суждениями и отражают субъективное мнение автора.

Авторская позиция

Я не нахожусь вне профессии, о которой пишу. Именно поэтому эта книга вообще возможна. Я пришёл в SEO в тот момент, когда результат ещё существовал как категория. Его можно было ждать, измерять, объяснять и – что важнее всего – повторять. Не всегда быстро, не всегда идеально, но достаточно стабильно, чтобы между действием и эффектом сохранялась логическая связь.

Я видел, как эта связь ослабевала. Не резко и не в один день. Она исчезала постепенно – так, что каждый отдельный шаг можно было рационализировать и принять. Сначала это выглядело как усложнение, потом как эволюция, затем как «новая реальность», к которой нужно просто адаптироваться. Я адаптировался. Использовал новые термины, принимал новые объяснения, соглашался с тем, что система стала сложнее, умнее, персональнее. Я продолжал работать, продолжал говорить с клиентами, продолжал объяснять процессы, которые всё хуже поддавались проверке. Долгое время этого было достаточно.

Проблема началась не тогда, когда результат стал нестабильным, и даже не тогда, когда он стал труднопрогнозируемым. Она возникла в момент, когда исчезла точка, в которой можно было честно сказать: вот здесь мы проверяем, работает ли это вообще. SEO перестала иметь завершение. Не как

услуга – как логика.

Я не утверждаю, что поиск «умер». Я не утверждаю, что сайты стали не нужны. Я не утверждаю, что оптимизация не влияет ни на что. Я утверждаю другое: результат перестал быть обязательным следствием действия. Это тонкое, но принципиальное различие. Когда профессия существует, она допускает проверку. Когда проверка исчезает, профессия превращается в процесс – бесконечный, объясняемый, но не подтверждаемый.

Я не пишу эту книгу из ностальгии и не пытаюсь вернуть прошлое. Ранний поиск был примитивным, уязвимым и часто несправедливым, но он был инженерной системой. У него была внутренняя логика, пусть грубая, но считываемая. Ошибки системы были частью её предсказуемости. Современный поиск умнее – и именно поэтому он перестал быть проверяемым.

Я не считаю специалистов по SEO обманщиками. Большинство из них искренне делают всё, что считают правильным. Я сам долго делал то же самое. Но искренность не заменяет предмет профессии. В какой-то момент я понял, что продолжаю использовать язык, который больше не соответствует реальности. Я говорю о росте, влиянии, сигналах, оптимизации – но не могу указать точку, в которой результат либо подтверждается, либо опровергается. Вместо этого появляется время: «нужно подождать», «алгоритм переобучается», «система ещё не отреагировала», «рынок изменился».

Каждое из этих объяснений по отдельности выглядит разумным. Вместе они образуют замкнутый контур, внутри которого результат никогда не обязан наступить.

Я не обвиняю клиентов за то, что они продолжают платить, и не обвиняю специалистов за то, что они продолжают работать. Я фиксирую экономику выживания. Профессия не исчезла потому, что исчезли деньги. Она осталась именно потому, что деньги можно получать без результата. Это не моральная оценка, а описание структуры.

Я пишу эту книгу не для того, чтобы убедить кого-то уйти из SEO, и не для того, чтобы доказать, что раньше было лучше. Я пишу её, потому что считаю опасным продолжать делать вид, что предмет профессии остался прежним, если он изменился или исчез. Поиск больше не является центром принятия решений. Человек всё реже приходит туда за ответом. Коммерческий запрос всё реже означает намерение. Информационный контент всё реже читается. Поиск продолжает существовать, но он всё меньше ориентирован на человека.

Если это так, возникает простой и неприятный вопрос: для кого мы оптимизируем? Я не предлагаю ответа, не строю теорий спасения и не предлагаю новую роль SEO. Я считаю достаточным зафиксировать момент, в котором результат перестал быть обязательным следствием работы. Если после этого кто-то сможет честно пересобрать профессию, возможно, эта книга окажется промежуточным документом.

Если нет – она останется свидетельством того, что исчезло не ремесло, а его предмет.

Я не жду согласия. Мне достаточно точности.

То, что описано выше, не является теоретической моделью и не выведено из абстрактных рассуждений о развитии технологий. Это наблюдение, сделанное изнутри профессии, в процессе работы, в разговорах с клиентами, в попытках объяснить происходящее себе и другим. Я не подошёл к этому выводу извне и не искал подтверждения заранее – он сформировался постепенно, по мере того как привычные инструменты переставали давать воспроизводимый эффект, а язык профессии продолжал использоваться так, будто ничего не изменилось.

Долгое время это противоречие удавалось игнорировать. Его сглаживали опытом, ссылками на сложность системы, апелляцией к времени и внешним факторам. Каждое отдельное объяснение выглядело убедительным и не требовало немедленного пересмотра позиции. Но в совокупности они всё чаще подменяли собой результат, становясь его функциональным эквивалентом. В какой-то момент стало ясно, что речь идёт не о временных сбоях и не о смене методов, а об изменении самого основания профессии.

Именно из этой точки и ведётся дальнейшее повествование. Ниже я буду говорить от первого лица не для того, чтобы поставить себя в центр истории, а чтобы обозначить позицию наблюдателя, находящегося внутри системы, которая

продолжает работать, но всё хуже поддаётся проверке. Это не исповедь и не попытка оправдания. Это фиксация взгляда человека, для которого исчезновение результата перестало быть абстрактной проблемой и стало частью повседневной практики.

Пролог

О чём эта книга на самом деле

Эта книга не о поисковых системах и не о профессии SEO в том виде, в каком о ней принято говорить. Она о результате – точнее, о моменте, когда результат перестал быть обязательной частью работы. Когда между действием и эффектом больше нельзя провести прямую, проверяемую линию, даже если сама деятельность внешне выглядит корректной и профессиональной.

Долгое время такая связь существовала. Она могла быть сложной, не всегда прозрачной, иногда несправедливой, но её наличие не вызывало сомнений. Делались конкретные действия, и они приводили к измеримым последствиям. Эти последствия можно было обсуждать, анализировать, оспаривать, но нельзя было игнорировать. Результат был не гарантирован по величине, но гарантирован по факту наступления.

Со временем эта связь начала исчезать. Не резко и не в форме слома, а постепенно, растворяясь в усложнении системы, в росте количества факторов, в объяснениях, которые выглядели убедительно, но всё хуже поддавались проверке. Результат не отменили и не запретили – его просто перестали требовать как обязательное условие.

Поиск остался. Остались сайты, оптимизация, термины, процессы, отчёты и ожидания. Исчезло другое – необходимость подтверждения того, что работа действительно привела к эффекту. Сегодня можно выполнять все действия корректно и последовательно, не нарушая ни формальных, ни негласных правил, но при этом не иметь точки, в которой становится ясно, сработало это или нет. Можно объяснять процесс, не показывая результат. Можно продолжать работу, не приближаясь к завершению. Можно говорить о росте, не указывая, где именно он должен проявиться и в какой форме.

Это не обвинение и не разоблачение. Здесь нет попытки найти виновных или указать на чьи-то ошибки. Это фиксация состояния системы, в которой результат перестал быть центральной категорией. Поиск больше не является однозначным посредником между вопросом и человеком, а оптимизация – прямым инструментом влияния на принятие решений.

Эта книга не предлагает решений и не пытается вернуть прошлое. В ней нет инструкций, прогнозов или утешений. Она не объясняет, как «нужно делать правильно», и не даёт ответа на вопрос, что делать дальше. В ней зафиксирован только один момент – тот, в котором связь между действием и эффектом перестала быть гарантированной.

Поиск продолжает работать. SEO продолжает существовать. Но результат больше не является обязательным след-

ствием усилия. Всё, что будет дальше, – это попытка аккуратно и последовательно разобрать, как именно это произошло.

Глава 1. Ранние алгоритмы как инженерная система

Когда я говорю, что SEO когда-то было профессией, я не имею в виду романтизированное «золотое время» и не пытаюсь доказать, что раньше всё работало правильно. Я имею в виду более простую и неприятную вещь: тогда поиск был инженерной системой. Он был грубым, иногда несправедливым, часто уязвимым, но у него была логика, которую можно было наблюдать. И эта наблюдаемость делала результат возможным. Не гарантированным по размеру, но воспроизводимым по принципу.

Тогда поиск выглядел как формула. Не как «чёрный ящик», который учится сам у себя и не обязан объяснять, почему сделал именно так. Ранжирование строилось на понятных, конечных компонентах. Их было можно перечислить, можно спорить об их весах, можно ошибаться в деталях, но сама модель не была мистической. Система брала документ, раскладывала его на признаки, считала совпадения, сравнивала страницы между собой и собирала выдачу. Да, это были упрощения, да, это работало не идеально, но это работало достаточно последовательно, чтобы между действием и изменением позиции сохранялась причинность.

На уровне механики всё было почти примитивно. Поис-

ковая система не «искала в интернете» в момент запроса – она искала в своём индексе, то есть в собственной базе уже собранных и разобранных документов. Сбор и разбор делали отдельные части системы: одни программы скачивали страницы, другие переходили по ссылкам и находили новые документы, третьи индексировали – превращали страницу в набор сигналов, которые потом можно быстро сравнивать. Пользователь вводил запрос, и система не начинала с нуля – она брала готовый каталог и доставала из него подходящие страницы.

Это важно не как справка, а как основание профессии. Пока поиск устроен так, что документ можно «разобрать» и положить в понятный каталог, оптимизация имеет предмет: ты можешь влиять на то, как документ будет прочитан и классифицирован. Ты работаешь не с магией, а с интерпретацией. В ранние годы интерпретация была в первую очередь текстовой. Страница воспринималась как текстовая структура, а не как опыт пользователя, не как персональная рекомендация и не как вероятностная модель поведения. Поэтому и ранжирование долгое время напоминало арифметику: система измеряла релевантность через совпадения слов и фраз, через их наличие в ключевых местах, через плотность, через очевидные элементы структуры.

Из-за этого возникал эффект, который сегодня кажется почти невозможным: два разных специалиста могли сделать похожие действия и получить похожий результат. Не потому,

что они «везучие», а потому что система отвечала на изменения предсказуемо. Если ты переписывал заголовок страницы, добавлял смысловой текст, приводил структуру к читаемой для робота форме, устранял очевидные технические ошибки, то поиску действительно становилось проще понять документ. Это не было «угадыванием алгоритма», это было приведение страницы в состояние, где она лучше совпадает с запросом и лучше классифицируется.

Даже ошибки системы тогда были возможностью — но не обманом в моральном смысле, а слабым местом инженерной модели. Если ранжирование в большой степени опирается на измеряемые текстовые признаки, то неизбежно появятся люди, которые начнут эти признаки эксплуатировать. Они будут накачивать страницы ключевыми словами, создавать бессмысленные тексты, лепить каталоги ради присутствия в индексе. Это выглядело грязно, но с точки зрения системы было логично: если критерий измерим, он будет атакован.

И именно здесь начинается то, что многие потом назовут «войной» поисковиков и оптимизаторов. Я не считаю эту метафору точной, но она передаёт структуру: инженеры наблюдали злоупотребления и добавляли новые признаки, чтобы компенсировать старые. Так, например, одного текста оказалось недостаточно: текст можно было переполнить ключами, можно было написать бред, можно было тиражировать страницы. Тогда в игру вошли ссылки. И это тоже было ин-

женерно: ссылка воспринималась как сигнал внешнего доверия. Если на страницу ссылаются, значит она не существует в вакууме. Если на сайт ссылаются разные сайты, значит он имеет вес. Из этой логики выросли ссылочные метрики – идеи уровня PageRank и его производных, когда авторитет страницы рассчитывается через структуру ссылочного графа.

Для SEO это был не «конец эпохи», а наоборот – расширение предмета. Появлялись новые рычаги и новые точки воздействия, и при этом сохранялась проверяемость. Ты мог увидеть, как изменяется позиция после изменения ссылочного профиля. Ты мог сравнить два сайта и понять, почему один сильнее другого. Ты мог построить гипотезу, проверить, ошибиться, скорректировать и снова проверить. Внутри этой модели опыт накапливался. Именно поэтому существовали кейсы, а не только рассказы о «везении». Именно поэтому молодого специалиста можно было научить: не внушить веру, а передать способы проверки.

Конечно, вместе с ссылками выросла и индустрия имитации доверия. Появились сети сайтов, доноры, обмены, линк-фермы – всё то, что позже получит разные названия, от «серых» практик до откровенного спама. Инженеры отвечали усложнением: вводили учёт качества доноров, смотрели на структуру исходящих ссылок, пытались вычислять искусственные схемы. Оптимизаторы отвечали дальше: усложняли схемы, делали сети более «естественными», разбавля-

ли профили. Эта гонка действительно была бесконечной, но в ней сохранялось главное: поле было общим и наблюдаемым. Стороны спорили не о существовании результата, а о том, какими сигналами он управляется.

И вот почему ранний поиск я называю инженерной системой. Он не требовал веры. Он требовал работы с измеримыми признаками и терпения к задержкам. Да, были апдейты, были колебания, были откаты, были ситуации, когда ты не получал ожидаемого. Но даже в неудачах сохранялась возможность объяснения. Ты мог показать, что именно было сделано и почему это должно было сработать. Мог указать, где гипотеза не подтвердилась. Мог зафиксировать ошибки и сделать выводы.

Это и есть воспроизводимость: не обещание победы, а возможность доказать связь между действием и изменением состояния системы. Пока она существовала, SEO была профессией. Не потому, что «тогда было проще», а потому что тогда существовал предмет, к которому можно было прикладывать инструмент и наблюдать эффект. Результат был конечной точкой, а не вечным ожиданием.

Дальше, по мере усложнения, начнёт исчезать именно это – не инструменты и не термины, а сама проверяемость. Сначала аккуратно, потом почти незаметно, а затем так, что её уже невозможно будет вернуть, не меняя язык профессии. Но пока мы находимся здесь – в ранней модели, где поиск ещё можно было прочесть как систему, а не как поведение

неизвестной машины.

Инженерная природа раннего поиска делала возможным не только понимание системы, но и выделение конкретных точек воздействия. Пока ранжирование собиралось из ограниченного числа признаков, с которыми можно было работать напрямую, оптимизация имела форму ремесла. Она не требовала веры в «чувствование алгоритма» и не строилась на догадках о скрытых намерениях системы. Достаточно было понимать, какие элементы участвуют в расчёте, и как именно они учитываются.

Из этой логики и выросли три базовых рычага, вокруг которых долгое время строилась вся практика SEO: ссылки, тексты и структура сайта. Не как набор ритуалов и не как магия, а как прямое взаимодействие с тем, как поисковая система читает и классифицирует документы. Пока эти рычаги сохраняли влияние, результат был не вопросом удачи, а следствием работы с формой и содержанием документа в рамках существующих правил.

Именно поэтому важно разобрать их отдельно – не как инструменты, которые «когда-то работали», а как элементы системы, через которые результат был возможен и воспроизводим.

Глава 2. Структура как первичная форма понимания

Прежде чем поиск начал сравнивать смыслы, ему нужно было решить более простую задачу: понять, что именно перед ним находится. Не сайт в современном смысле, не продукт и не бренд, а набор документов, связанных между собой. Поиск не видел «ресурса» целиком – он видел страницы. И только через структуру мог догадаться, как эти страницы соотносятся друг с другом.

Ранний интернет был хаотичен. Страницы появлялись без системы, ссылки вели куда угодно, адреса не несли смысловой нагрузки. Чтобы вообще начать работать с таким пространством, поисковая система была вынуждена навести порядок. Не идеальный и не человекоориентированный, но формальный. Именно структура стала первым способом превратить хаос документов в читаемую модель.

Структура в раннем SEO не имела отношения к дизайну или удобству. Она была способом адресации. Страница имела URL, находилась в определённой вложенности, имела входящие и исходящие ссылки внутри сайта. Всё это воспринималось как сигналы того, где документ расположен в иерархии и насколько он важен относительно других. Главная страница почти всегда имела больший вес, разделы –

меньший, вложенные страницы – ещё меньший. Это не было правилом, это было следствием того, как система распределяла внимание.

Для поисковика структура была не эстетикой, а картой. Она позволяла понять, какие темы на сайте являются базовыми, какие – производными, какие страницы существуют ради других, а какие – сами по себе. Если сайт представлял собой набор несвязанных документов, система теряла ориентацию. Если же структура была логичной и последовательной, поиск получал возможность классифицировать страницы без догадок.

Именно поэтому изменение структуры почти всегда давало наблюдаемый эффект. Перенос страницы ближе к корню сайта, упрощение вложенности, устранение дублирующих адресов, нормализация навигации – всё это влияло не потому, что «алгоритм это любил», а потому что системе становилось проще определить роль документа. Это была не оптимизация ради вкуса поисковика, а устранение неоднозначности.

Важно, что структура работала независимо от качества контента. Даже слабый текст в логичной иерархии часто воспринимался системой лучше, чем сильный текст, спрятанный в глубине сайта или размытый множеством дубликатов. Поиск сначала решал задачу ориентации, и только потом – задачу сравнения смыслов. Пока первая задача не была решена, вторая теряла точность.

Именно здесь возникло понятие «архитектуры сайта», хотя по сути это была всего лишь дисциплина организации документов. SEO-специалист не строил интерфейс – он строил карту, по которой машина могла двигаться без ошибок. Эта карта не требовала угадывания. Она требовала последовательности. Если сайт был разбит на разделы, если каждый раздел имел понятную тему, если документы внутри него не дублировали друг друга, система реагировала предсказуемо.

Структура была особенно важна ещё и потому, что она задавала границы интерпретации. Поисковик не пытался понять всё сразу. Он сначала определял, к какому кластеру отнести страницу, и только внутри этого кластера сравнивал её с другими. Таким образом, правильная структура не просто помогала странице «подняться», она помогала ей оказаться в нужном контексте. Это снижало конкуренцию, упрощало ранжирование и делало результат устойчивее.

В этом смысле структура была первым и самым грубым фильтром. Она не определяла победителя, но определяла поле, на котором происходило сравнение. И пока этот фильтр оставался формальным и считываемым, SEO сохраняла предсказуемость. Можно было заранее понимать, какие изменения приведут к усилению, а какие – к потере веса. Можно было ошибаться в деталях, но нельзя было полностью потерять ориентир.

Важно подчеркнуть: работа со структурой не была мани-

пуляцией в привычном смысле. Она не подменяла содержание и не искажала смысл. Она лишь приводила форму представления информации в соответствие с тем, как система умела эту информацию читать. Это была адаптация документа под способ машинного восприятия, а не попытка обмануть интерпретатора.

Именно поэтому структура стала первым устойчивым навыком в SEO. Её можно было передать, объяснить, воспроизвести. Молодого специалиста можно было научить отличать логичную архитектуру от хаоса. Можно было показать, почему один сайт читается системой целиком, а другой распадается на фрагменты. Это знание не зависело от интуиции – оно зависело от понимания ограничений машины.

На этой основе и становится возможным следующий шаг – работа с текстом. Но текст начинает работать только тогда, когда системе уже понятно, где он находится и к чему относится. Без структуры текст остаётся шумом. С ней – становится управляемой переменной. Именно об этом и пойдёт речь дальше.

Глава 3. Текст как управляемая переменная

Когда структура давала поисковой системе ориентиры, текст становился тем, с чем она действительно работала. Не в метафорическом и не в гуманитарном смысле, а буквально – как набор символов, которые можно было разобрать, посчитать и сравнить. Поиск не понимал смысла так, как его понимает человек. Он не читал и не интерпретировал. Он вычислял соответствие. И именно поэтому текст в раннем SEO был не способом коммуникации, а управляемой переменной.

Это важно зафиксировать без попытки сгладить формулировку. Написание текстов в раннем SEO было формой манипуляции поисковой системой. Не потому, что специалисты были склонны к обману, а потому, что система допускала такое взаимодействие. Она принимала решения на основе формальных признаков, и эти признаки можно было изменять осознанно. Манипуляция здесь означала не искажение реальности, а работу с ограниченной моделью восприятия.

Поисковик разбирал текст на слова, фиксировал их количество, положение и повторяемость. Он обращал внимание на заголовки, на первые абзацы, на вхождения ключевых фраз в определённых местах. Эти элементы имели разный

вес, но их влияние было понятно. Если слово встречалось чаще, если оно находилось в заголовке, если оно совпадало с запросом пользователя, документ получал преимущество. Не потому, что он становился лучше по сути, а потому, что он становился более релевантным в рамках формулы.

Релевантность в тот период была математической категорией. Её можно было приблизительно рассчитать, можно было сравнить два текста и заранее понять, какой из них будет восприниматься системой как более подходящий. Это не требовало интуиции или «чутья алгоритма». Достаточно было посмотреть, какие слова используются конкурентами, где они расположены и в каком количестве. Отсюда и возникли практики, которые позже будут осуждаться или высмеиваться: плотность ключевых слов, повторения, расширение текста ради покрытия запросов. Они выглядели примитивно, но работали в рамках существующей модели.

Важно, что эта модель не скрывалась. Поисковая система не делала вид, что понимает больше, чем понимала. Она не имитировала смысл. Она честно работала с тем, что могла формализовать. Именно поэтому оптимизация под робота долгое время считалась нормальной и даже единственно логичной. Делать тексты «для людей» не имело смысла, если система не могла их корректно классифицировать и показать. Сначала нужно было добиться видимости, а уже потом надеяться на то, что пользователь дойдёт до страницы.

Из этого выросла особая культура написания текстов. Они

были функциональными, избыточными, иногда бессмысленными с человеческой точки зрения, но они решали задачу. Страница должна была быть достаточно насыщенной, чтобы система смогла определить тему, отнести её к нужному кластеру и сравнить с другими документами. Пустая или короткая страница часто просто не воспринималась как полноценный объект. Она выпадала из сравнения ещё до начала ранжирования.

Отсюда же возникли и количественные ориентиры, которые сегодня выглядят наивно, но тогда имели практическое значение. Определённый объём текста считался минимально достаточным. Определённое количество вхождений – разумным. Эти цифры не были истиной, но они отражали попытку работать с измеримой системой. SEO-специалист не писал текст «на глаз» – он подгонял его под ограничения интерпретатора.

Важно подчеркнуть: даже в этом виде текстовая оптимизация не была произвольной. Она работала только в сочетании со структурой. Насыщенный текст, размещённый вне логического контекста, давал слабый эффект. Тот же текст, помещённый в понятный раздел и снабжённый корректным заголовком, начинал работать. Это ещё раз подтверждало инженерную природу процесса: результат зависел не от вдохновения, а от правильного расположения переменных.

Со временем эта модель начала давать сбои. Поисковик всё чаще сталкивался с текстами, которые формально соот-

ветствовали запросу, но не имели ценности. Начали появляться целые сайты, созданные исключительно ради присутствия в выдаче. Это было прямым следствием предсказуемости системы. Если критерий можно вычислить, его будут эксплуатировать. Но важно, что даже в этот момент сама логика оставалась прозрачной. Система боролась не с манипуляцией как таковой, а с её избыточностью, добавляя новые признаки и усложняя формулу.

Именно поэтому текст долго оставался центральным элементом SEO. Он был тем, с чем можно было работать напрямую. Его можно было переписать, расширить, сузить, перераспределить акценты. Можно было изменить страницу и увидеть реакцию. Иногда не ту, которую ожидали, но достаточно явную, чтобы сделать выводы. Пока это было возможно, профессия сохраняла внятный предмет.

Текст в раннем SEO не был содержанием в культурном смысле. Он был сигналом. И как любой сигнал, он подчинялся правилам передачи и искажения. SEO-специалист не создавал смысл – он увеличивал вероятность того, что система правильно распознает тему документа. В этом не было идеологии и не было иллюзий. Это была работа с ограниченной моделью мира, в которой результат зависел от корректности настройки.

Дальше эта модель начнёт рушиться. Сначала текст перестанет быть основным носителем смысла, затем релевантность утратит прямую связь с формальными признака-

ми, а потом сама идея управляемой переменной исчезнет. Но на этом этапе – пока поиск ещё считает слова и сравнивает документы – результат остаётся вычислимым. И именно поэтому SEO в тот период можно было называть профессией, а не верой в систему.

Глава 4. Ссылки как внешний компенсатор

По мере того как текстовая релевантность становилась управляемой переменной, система начала терять к ней чувствительность. Не потому, что текст перестал существовать, а потому что его стало слишком много. Когда любой документ можно было привести в формальное соответствие запросу, сама формула переставала различать ценность. Поиск по-прежнему умел считать слова, но всё хуже понимал, какой из документов действительно должен оказаться выше.

В этот момент и возникает необходимость во внешнем сигнале. Поисковая система не могла оценить качество документа напрямую, но могла учитывать его положение в сети связей. Так ссылки становятся компенсатором – не заменой текста, а способом дополнить его там, где текст перестал различать.

Важно понимать, что ссылка изначально не имела смысловой нагрузки. Это была не рекомендация и не акт доверия в человеческом понимании. Для системы ссылка была связью между двумя документами. Если таких связей было много, документ считался более значимым. Если на него ссылались другие страницы, он получал вес. Эта логика была абстрактной, но последовательной. Ссылочный граф превра-

шал разрозненные документы в измеримую структуру.

Именно здесь поиск снова становится инженерной системой. Ссылки можно было считать, взвешивать, сравнивать. Появлялись метрики, формулы, коэффициенты. Они усложнялись, уточнялись, дополнялись, но сохраняли главное свойство – проверяемость. Изменение ссылочного профиля приводило к наблюдаемым сдвигам. Иногда с задержкой, иногда не так, как ожидалось, но достаточно стабильно, чтобы работать с гипотезами.

С точки зрения SEO это означало расширение предмета, а не его утрату. Текст по-прежнему оставался важным, но теперь он был недостаточен сам по себе. Страница могла быть идеально оптимизирована текстово, но без внешних связей она оставалась локальным объектом, не встроенным в общую иерархию. Ссылки задавали относительное положение документов, позволяли системе сравнивать их не только внутри одного сайта, но и между сайтами.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.