

Nieetyczne sposoby pozycjonowania.

Nieetyczne; co tak naprawdę w branży pozycjonowania jest nieetyczne. Wiele wyszukiwarek ingerencje w indeksację strony już nazywa nieetycznym i zabronionym procesem. W takim razie sam fakt pozycjonowania powinien być zabroniony. Wyszukiwarka np. Google z założenia określiła, że wartość strony ma wzrastać naturalnie i spontanicznie. Pozycjonerzy jednak mając wiedzę, co wpływa na podnoszenie tej wartości, mogą zawsze wpłynąć na indeksację strony. To już należy nazwać nieetycznym [pozycjonowaniem](#)?

To jedynie dbanie o stronę.

Każda wyszukiwarka ma inny algorytm oceniania stron. Pozycjonerzy mając tą świadomość (jedynie z doświadczenia), mogą poprawić wartość strony. Jednak niektórzy pracujący w tej branży chcąc przyspieszyć pozycjonowanie, stosują tzw. nieetyczne metody pozycjonowania. W kolejnych wierszach tego artykułu postaram się przybliżyć te metody i od razu odradzam ich stosowania.

Najpopularniejsze nieetyczne sposoby pozycjonowania:

1. Ukryty tekst:
 - a) Kolor czcionki.
 - b) Komentarze w kodzie HTML.
 - c) Znacznik <Marquee>.
 - d) Ukryta warstwa.
 - e) Rozmiar czcionki.
2. Pozycjonowanie pod frazy niezgodne z tematyką witryny.
3. Cloacking.

Kolor czcionki.

Ta metoda była bardzo popularna za czasów wyszukiwarki Altavista. Wyszukiwarka ta sprawdzała zawartość strony, nie biorąc pod uwagę koloru czcionki, który bardzo często był ukrywany przed Internautami, poprzez użycie tego samego koloru czcionki, co kolor tła. W tej chwili wyszukiwarka Google wyłapuje takie praktyki i bardzo srogo je karze (czytaj dalej akapit: „Konsekwencje nieetycznego pozycjonowania”). Jest to według mnie najbardziej prymitywny sposób wpłynięcia na wyszukiwarkę. Ci, którym wydaje się, że jest to dobry sposób na oszukanie wyszukiwarki, mylą się. Wyobraźcie sobie, że wchodzicie na taką stronę nie wiedząc, że znajduje się na niej taki tekst. Często bawicie się zapewne myszką zaznaczając jakiś obszar na stronie i... pojawia się wam ukryty tekst. Czyż nie jesteście zniechęceni i zaczynacie myśleć, że może dana strona ma więcej do ukrycia? Zapewne tak. Psuje to reputację właścicielowi strony.

Komentarze w kodzie HTML.

Ta metoda niewiadomo, dlaczego... jest stosowana. Komentarz w kodzie HTML ma za zadanie pomóc programiście „odnaleźć” się w nim. Ogrom znaczników, początek, koniec tabeli – to wszystko można oddzielić takim znacznikiem i odnotować, że właśnie w tym miejscu zaczyna się tabela. Ułatwia to organizację pracy programiście.

Tak wygląda przykładowa forma zapisania komentarza (na kolor czerwony znacznik, który sprawia, że kod jest widziany jak komentarz):

```
<!--
```

Początek tabelki

```
-->
```

Komentarze zostały używane jako teksty, w których umieszczone są słowa (frazy) kluczowe. Jednak jest to w żaden sposób niewidziane przez wyszukiwarkę. Algorytm wyszukiwarek widzi, że jest to komentarz i nie czyta informacji umieszczonych w nim. Jednym słowem: „bezużyteczne”.

Znacznik <Marquee>.

Znacznik ten jest stosowany, gdy potrzeba ograniczyć obszar, gdzie chcemy umieścić tekst, a sam tekst, który często jest dłuższy, można w tym obszarze przewijać. Ustawiając bardzo wąski obszar <Marquee>, reszta tekstu może nie być widoczna dla Internauty, który nie jest świadomy, że może przewinąć ten tekst.

Ukryta warstwa.

Tą metodę najtrudniej wykryć, ale czy jest ona dobra pod względem [pozycjonowania](#). Wystarczy, że ktoś wyłączy obsługę stylów w wyszukiwarce, od razu zobaczy ukryty tekst. To i tak nadal nieetyczna forma [pozycjonowania](#) strony.

Rozmiar czcionki.

Ta forma jest oczywista. Używamy bardzo małej czcionki, która dla Internauty będzie wyglądała jak „prosta”.

[Pozycjonowanie](#) pod frazy niezgodne z tematyką witryny.

Uważam, że jedyną metodą [pozycjonowania](#), która jest godna miana nieetycznej jest właśnie ta. Dla Internautów ważne jest to, aby po wpisaniu hasła w wyszukiwarce, ona podawała jak najbardziej rzetelne wyniki. Gdy te wyniki są zachwiane, ponieważ pod jakąś frazą pokazała się strona zupełnie nie adekwatna zawartością do zapytania - Internauci mają wtedy prawo do niezadowolenia.

Cloaking.

Hasło dziwnie brzmi, ale jest to pokazywanie różnym użytkownikom Internetowym, różnych wersji strony www. Na przykład, jeśli stronę otwiera użytkownik ze Stanów Zjednoczonych, wyszukiwarka „wie”, że jest to IP ze Stanów i pokazuje stronę w języku angielskim (jeśli taka wersja językowa jest).

Natomiast zły cloaking to taki, który robotom googli pokazuje zupełnie inną wersję strony niż użytkownikom Internetu. Ma to za zadanie wpłynąć na lepsze wyniki, lepsze odczytanie strony, a przy okazji strona może być atrakcyjniejsza dla Internauty poprzez różnego rodzaju skrypty, których roboty nie czytają. **Roboty** – są to programy, które czytają ważne informacje ze strony i przesyłają je do serwerów googli. Ma to wpływ na wyniki wyszukiwania.

Konsekwencje nieetycznego pozycjonowania

Wyszukiwarka Google nie jest bezsilna wobec takich metod. Delikatnym sposobem ukarania takiego sposobu pozycjonowania jest nałożenie na stronę filtru, który może powodować, że strona nie będzie miała możliwości pokazywania się w pierwszych 10 wynikach wyszukiwania. Problemy zaczynają się, gdy strona zostanie zbanowana. Ban jest to wyrzucenie strony z wyników wyszukiwania, tzn. że strona w ogóle nie będzie widoczna dla Internautów.

Prosta zasada. Nie dopuszczajmy do takich sytuacji, aby wyszukiwarka miała nam coś do zarzucenia i co najgorsze karała nas za to.

RedJasper – www.redjasper.pl