

Techniki nieetyczne w pozycjonowaniu stron internetowych

Poniższa lista zawiera zestawienie technik, które są traktowane jako nieetyczne i zaprzeczające idei dostarczania użytkownikom w wynikach zapytań adekwatnych informacji i o wysokiej jakości. Wykorzystywanie poniższych technik w obrębie serwisu może przyczynić się do jego trwałego usunięcia z bazy danych wyszukiwarki lub katalogu przestrzegającego poniższych wytycznych.

1. Umyślne tworzenie struktur składniowych kodu HTML wbrew specyfikacji języka hipertekstowego, dostępnej pod adresem <http://www.w3.org/>, w celu podniesienia wartości strony w mechanizmach wyszukiwawczych (np. nadmierne, nieuzasadnione wykorzystanie znaczników `<h1></h1>`).
2. Niewłaściwe wykorzystanie słów kluczowych, w tym:
 - a. Nadmierne umieszczanie ich w treści serwisu, nie znajdujące logicznego uzasadnienia (np. nielogiczne akapity tekstu, wypunktowanie słów, sztuczne zawyżanie ilości słów);
 - b. Umieszczanie ich w meta tagach niezgodnie z ich przeznaczeniem lub tworzenie własnych meta tagów do tego celu;
 - c. Umieszczanie ich w opracowanych w tym celu komentarzach i innych fragmentach kodu, które są przez cały czas niewidoczne dla wszystkich użytkowników odwiedzających stronę (np. ukryte warstwy, tekst w kolorze tła);
 - d. Wykorzystywanie słów kluczowych nieadekwatnych do zawartości merytorycznej witryny, naruszających dobre imię i prywatność osób fizycznych oraz nazw firm, organizacji i znaków handlowych nie dotyczących witryny, a w przypadku znaków chronionych – wykorzystywanie ich wbrew woli właściciela;
3. Rejestracja w wyszukiwarkach i katalogach:
 - a. stron o identycznej lub prawie identycznej treści pod kilkoma różnymi adresami internetowymi (domenami);
 - b. z modyfikacją nazwy serwisu nie mającej odzwierciedlenia w zawartości merytorycznej witryny, a mającą na celu jedynie uzyskanie lepszej pozycji na liście (np. tytułowanie postaci „ABC ...”, „123 ...”);
 - c. c.z wykorzystaniem nieprawdziwych, nie odpowiadających zawartości merytorycznej witryny informacji (zbyt długie lub nieprawdziwe opisy, podawanie nieistniejących adresów email w formularzach rejestracyjnych, brak zgodności strony z kategorią tematyczną i wersją językową katalogu);
4. Prezentowanie innego kodu źródłowego strony robotom wyszukiwarek i użytkownikom – w szczególności redaktorom katalogów na czas rejestracji wpisu – do osiągnięcia wyższych pozycji („cloaking”).
5. Opracowanie zoptymalizowanych stron internetowych przeznaczonych wyłącznie dla robotów, na których następuje natychmiastowe przekierowanie na docelową stronę serwisu („doorway pages”).
6. Przywłaszczenie całości lub części chronionego lub zoptymalizowanego kodu HTML z innych witryn internetowych.

7. Powielanie kodu HTML własnego serwisu i tworzenie stron nie niosących ze sobą wartości dodanej dla odwiedzających je użytkowników, a w szczególności:
 - a. tworzenie stron zawierających specjalnie spreparowany tekst tworzący pewne logiczne fragmenty ze zwrotami spamowymi („weaving”, „dilution”, „phrase stitching”);
 - b. tworzenie stron zawierających specjalnie spreparowany tekst składający się z niepowiązanych między sobą logicznie wyrażen i treści spamowych („dumping”);
 - c. tworzenie stron zawierających tylko i wyłącznie odnośniki do innych stron;
 - d. tworzenie stron wyświetlających tylko i wyłącznie inne strony w ramce/ramkach;
 - e. tworzenie poddomen dla sekcji serwisu, które nie posiadają odrębnych, kluczowych funkcjonalności lub nie stanowią bogatego i unikalnego pod względem merytorycznym źródła informacji;
 8. Tworzenie serwisów i stron internetowych zawierających odnośniki do danego serwisu w celu zwiększenia ich ilości (zwiększenie wartości parametru "link popularity") i poprawienia pozycji serwisu w rankingach systemów wyszukiwawczych.
-

Materiały źródłowe

- 1) SEO Code of Ethics, http://www.bruceclay.com/web_ethics.htm;
- 2) SEO SPAM, <http://www.bruceclay.com/EmergingStandards.htm#seospam>;
- 3) IPEA Code of Ethics, <http://www.search-marketing-association.com/code-de-deontologie.htm>;
- 4) IPEA Spam definition, <http://www.netbooster.co.uk/netbooster-web-positioning/netbooster-spam.html>;
- 5) wytyczne dla redaktorów DMOZ, <http://dmoz.org/World/Polska/guidelines/spamming.html>;
- 6) Web Spam Taxonomy, <http://dbpubs.stanford.edu:8090/pub/2004-25/en/>;