LSI-копирайтинг и роль копирайтера: формируйте контент будущего уже сегодня

Пару лет назад поисковых роботов научили отличать интеллектуальные тексты от синонимизированных, сеошных, машинных. Роботы стали думать? Скорее, просто изменились их настройки. Программисты приняли к сведению, что Великий и Могучий имеет нормы и правила, которые не составит труда перегнать в цифру.

Как бы то ни было, но алгоритмы сменились, а не просто обновились. Сначала Google, а вслед за ним и Yandex стал умнее. Поисковые машины распознают теперь не только и даже не столько уникальность, хотя и этот параметр остался ведущим, но и качество контента. Робот легко отличит нынче статью, написанную для людей, так называемую СДЛ, от безумного по своей сути «контента для ботов».

Уникальность – тема для отдельного обсуждения, ведь, как всем известно, все до нас уже было сказано миллионы раз на протяжении многих веков и даже тысячелетий. Так может ли быть контент на 100% уникален? В этом вопросе мы полагаемся на решение машин, которые определяют эту уникальность, а они находятся в прямой зависимости от состояния сознания тех, кто формирует их настройки…

**Технологии будущего: формируйте интеллектуальный контент уже сегодня**

Вернемся к технологиям будущего. Среди перспективных отмечают  LSI. Это технология скрытого (латентного) семантического индексирования (latent semantic indexing), метод индексирования скрытой семантики, меняющей значение в зависимости от контекста. Именно благодаря LSI поисковики учатся понимать естественный язык запросов. С ее приходом, как нам всем обещают:

* интеллект окончательно победит страдающий «полной фигней» контент большинства продвигаемых за деньги сайтов;
* в ТОПе выдачи появятся действительно полезные для пользователя страницы.

Чем же LSI-копирайтинг отличается от привычного и традиционного, ставшего для многих веб-мастеров классическим инструмента продвижения, называемого SEO-копирайтингом? У них совершенно разная основа продвижения в ТОП. Для SEO-копирайтинга это ключевое слово или ключевик, плотность его в тексте, т.е. число употреблений, тип вхождения – прямой, разбавленный, морфологический.

При определении значимости страницы сайта по LSI важно не число ключей, а их качество и  уместность постановки – интеллектуальность повествования. Поисковый робот настраивается на удачность и грамотность употребления ключа в контексте, а это невозможно без участия человека. Именно от результатов такого интеллектуального употребления и зависит значимость страницы.

**LSI-копирайтинг или школьники гоу хоум**

Что можно констатировать? Для СЕО настают печальные времена. Эра унылого seo-уродства окончена. Бредо-контент канет в Лету вместе с теми, кто ему поклонялся и не смог перестроиться. Речь идет о бездарных текстах низшей категории, сгенерированных с помощью машин или созданных школьниками ради копеечки на мороженое и кино.

К слову сказать, написание ими текстов для сайтов стало принимать вселенские масштабы. Читая их «произведения» хочется разнести вся и все и последовать рекомендациям Генри Дэвида Торо, сделанным в его бессмертном произведении «Уолден или жизнь в лесу»!

Итак, LSI или скрытое семантическое индексирование… Поисковые системы уже начинают обращать внимание не просто на уникальность текстов, а на взаимосвязанность повествования, соответствие тематике употребляемых в контенте слов.

Алгоритм LSI сложен. Вникать в него вряд ли стоит. Важно усвоить одно: поисковые роботы ориентированы отныне на качество контента и соответствие:

* всего текста целиком конкретному запросу пользователя:
* соблюдение норм и правил русского (или другого) языка.

**У робота появился интеллект и «мозги»**

Исходя из случайных или специально оброненных разработчиками ведущих поисковых систем Рунета сообщений, можно выделить несколько основных параметров, которые подтверждают появление «мозгов» у робота по части смыслового наполнения сайтов. LSI предполагает, что машина выделяет из текста не отдельные фразы, постоянно и специально «напиханные» в статью, а выбирает тематику страницы на основании целого комплекса используемых на ней:

* слов, включая словоформы;
* синонимов;
* околотематических фраз.

При таком скрытом индексировании предложения с ключевыми словами не могут быть построены безграмотно. Среди основных требований, предъявляемых к LSI-оптимизированным статьям можно отметить:

* соответствие ключа тематике текста, чего не бывает в бессмысленном контенте, созданном для статейного продвижения, под ссылку, не имеющую отношения ни к теме сайта, ни к теме статьи;
* естественное применение словоформ и синонимов;
* наличие околотематических фраз по всему тексту, а не в выделенных оптимизаторами частях;
* полезность контента для пользователя, перешедшего по ссылке в поисковой выдаче.

Как же робот будет оценивать контент по степени полезности? В настоящее время - по статистике отказов от просмотра. Зашел пользователь по ссылке и покинул ресурс через 2-15 секунд -  на странице нет полезной для него информации. Рейтинг ее корректируется постепенно.

Поднимаются в ТОП те сайты, на страницах которых пользователь действительно «зависает». Далее, скорее всего, появятся и другие параметры оценки, ведь алгоритмы постоянно обновляются.

**Роль копирайтера в создании LSI-оптимизированного контента**

Копирайтер в данном случае – это все для владельца ресурса. Выбирая автора контента, придется пересмотреть параметры его оценки. Минимальная, копеечная стоимость услуг – это первый признак предстоящего фиаско. Автор должен не только ориентироваться в теме. Ему придется изложить важную для пользователя информацию на уровне эксперта по:

* теме;
* целевой аудитории;
* грамотности.

Может ли такая услуга стоить дешево? Конечно не может. Стоит ли вкладываться в правое дело? Каждый владелец ресурса сам для себя решит вопрос. Он может:

* продолжать тратить средства на бездарные сео-статьи;
* сократить поток отстойной информации;
* заказать, наконец, интеллектуальный контент в стиле LSI, вложив в него освободившиеся от бредотекстов средства.

Все мы должны сказать «спасибо» владельцам поисковых гигантов Рунета за то, что они, наконец, нацелились на планомерную ликвидацию:

* всех оставшихся в поисковом маркетинге элементов классического SEO;
* последовательно проводимой ранее политики максимального нивелирования манипуляций оптимизаторов, направленных на полное истребление общей грамотности пользователей сети.

**Релевантность статьи в аспекте LSI**

Попробуйте забыть о поисковых запросах. Оставьте попытки отследить, каким именно из них релевантна страница вашего сайта. Это поможет вам понять, что релевантность в итоге на странице подчиняется здравой логике: о чем написано в статье - тому она и релевантна.

Это понятие уже давно, примерно с конца 2010 года, не соотносится с плотностью ключа. Релеватность во времена семантического поиска сопоставима со смыслом, содержанием выложенного текста, так что приветствуйте новый тренд - LSI-копирайтинг!

По прогнозам в ближайшие два-три года он отменит seo-копирайтинг полностью, так что стоит готовиться заранее. В этом случае не придется лихорадочно переделывать контент работающего сайта потому, что он вдруг оказался на задворках поисковой выдачи. О том, как использовать скрытую семантическую индексацию в своих интересах, будем рассматривать в следующих статьях.