

УДК 004.42

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТЕКСТА В
ИНТЕРФЕЙСЕ***Тимохин А. Ю., Евич Л. Н.*

Донской государственной технической
университет, Ростов-на-Дону, Российская
Федерация

andr-timohin2010@yandex.rumrsun@mail.ru

Проведен анализ 10 сайтов международных олимпиад по программированию с целью выявления правил и инструментов, влияющих на SEO-оптимизацию. Рассмотрены 7 критериев, которые используются в профессиональной сфере оптимизации Интернет-ресурсов. Выявлено отсутствие важных критериев на анализируемых сайтах, что отражается на функционировании интернет-ресурсов.

Ключевые слова: сайт, SEO-оптимизация, интерфейс, текст, проектирование.

UDC 004.42

TEXT DESIGN IN INTERFACE*Timokhin A.Y., Evich L.N.*

Don State Technical University, Rostov-on-Don,
Russian Federation

andr-timohin2010@yandex.rumrsun@mail.ru

The paper provides the carried out analysis of 10 international programming Olympiads sites in order to identify the rules and tools that affect SEO-optimization. 7 criteria that are used in the professional sphere of optimization of Internet resources are considered. The absence of important criteria on the analyzed sites is revealed, which affects the functioning of Internet resources.

Keywords: website, SEO-optimization, interface, text, design.

Введение. Многочисленные исследования показывают, что пользователи неохотно читают информацию в интернете. Это касается большинства приложений, игр и других программ, с которыми взаимодействуют пользователи. Большинство только сканируют текст, пробегая глазами и выхватывая отдельные, нужные им слова.

Сложившаяся ситуация связана с ленью пользователей или отсутствием желания читать тексты и вникать в их содержание. Независимо от обстоятельств, пользователи не читают большую часть интерфейса независимо от того, насколько интересно и грамотно он написан [1].

Разработчикам сайтов не стоит просто писать тексты и вставлять дизайн. Когда автор начинает писать, обнаруживается, что дизайн должен меняться. Если не получается объяснить действие в двух словах, это признак того, что дизайн слишком сложный. Другими словами, нельзя проектировать, используя Lorem ipsum. Необходимо работать с реальным текстом.

Постановка задачи. Для грамотной оптимизации необходимо придерживаться базовых правил, с помощью которых поисковые системы будут понимать, что с сайтом «все хорошо» и его позицию можно повысить в списке выдачи при поиске. Например,

- весь текст на сайте должен быть оригинальным, так как он проверяется поисковыми машинами на уникальность;
- каждая страница должна оптимизироваться под определенный набор ключевых слов или фраз;
- у каждой страницы сайта должен быть уникальный заголовок, который прописывается в теге <title>. Кроме того, это правило распространяется на тег <h1> и должен быть в единственном экземпляре на странице.

Основная часть. Необходимо также обращать внимание на мета-теги, такие, как <keywords> и <description>. Они играют важную роль в оптимизации страницы сайта. В мета-теге

<keywords> хранятся ключевые слова или фразы, по которым конечный пользователь может найти необходимый сайт в Интернете. В мета-теге <description> содержится небольшой абзац, содержащий краткое описание страницы [2]. Это описание составляется из главных ключевых слов. К выбору этих слов и фраз нужно подходить грамотно, так как у конкурентов вся эта система продумана и отлажена, и составлен необходимый список фраз, которые помогают успешно размещаться на первой странице в выдаче поисковиком результатов поиска.

Для оптимизации изображений необходимо, чтобы у каждого тега был свой title — заголовок картинки, а также <alt>, имеющий подобное значение. Благодаря этому поисковик поймет, что изображено на картинке, и поможет определиться с выдачей ее в поиске изображений.

Не маловажным фактором SEO-оптимизации является настройка страницы «Ошибка 404». Такая страница возникает, когда пользователь указывает в адресной строке браузера URL несуществующей страницы или переходит на нее по ссылке. Неправильная обработка 404-й ошибки может повлечь за собой множество нежелательных последствий, которые отрицательно скажутся на продвижении ресурса: дублирование страниц сайта, индексация ненужных и нерабочих страниц и т. д. Все это может привести к некорректному ранжированию.

Чтобы не создавать проблем, как для поисковых систем, так и для пользователей, необходимо выполнять следующие рекомендации [3]:

1. Настроить сервер так, чтобы нерабочие страницы ресурса отдавали статус-код 404. Поисковые роботы будут принимать во внимание только страницы, содержащие важную и полезную информацию.

2. Оформить страницу 404 ошибки так, чтобы посетители попытались найти интересующую их информацию еще раз.

Необходимо продумать дизайн и содержание страницы сайта. Текст должен сообщать, что запрашиваемый адрес не найден, но пользователь может перейти на главную страницу или воспользоваться картой сайта. Чем интереснее и информативнее будет страница с ошибкой 404, тем выше вероятность, что посетители захотят продолжить работу на ресурсе. Так возможно не только обеспечить корректную индексацию страниц ресурса, но и увеличить лояльность пользователей.

Карта сайта — это страница, которая играет важную роль при продвижении. На ней в виде древовидной структуры представлен полный каталог всех разделов ресурса. С ее помощью пользователи смогут быстро найти интересующую их информацию, а поисковые роботы — более оперативно индексировать страницы ресурса. Если этого элемента на ресурсе нет, индексация сайта может быть затруднена. В структуре карты сайта содержатся все значимые страницы ресурса. Однако перегружать ее излишним количеством ссылок не рекомендуется, потому что пользователь не сможет быстро найти то, что ему необходимо.

Для корректной SEO-оптимизации нельзя оставлять без внимания тексты статей, новостей или рекламных текстов. Например, хорошо составленный рекламный текст способен стать эффективным инструментом продаж. Объем текста на странице должен быть в пределах 300–500 символов. Информация в этих текстах должна быть актуальной и интересной для посетителя, грамотно составленной, то есть без грамматических и лексических ошибок. Иначе пользователь покинет страницу, либо оставит о ней негативный отзыв, что может отрицательно отразиться на ее

индексации. Если необходимо подготовить объемный текст, следует, пользуясь «принципом перевернутой пирамиды», размещать в начале страницы сводную информацию и важные сведения для удобства читателей. Сервис «Seotext.ru» [4,5] приводит некоторые правила для написания текстов для веб-страниц:

1. Грамотно написанный текст, отсутствие ошибок и опечаток.
2. Использование информативных активных заголовков и подзаголовков.
3. Небольшие абзацы (2-3 предложения), в каждом из которых существует одна законченная мысль.
4. Простые и короткие предложения.
5. Разбиение сплошного текста на маркированные списки.
6. Достаточно свободного пространства вокруг текста.
7. Выделение важных слов и словосочетаний полужирным шрифтом или курсивом.
8. Достаточный размер шрифта основного текста, не зафиксированный (доступный для увеличения или уменьшения).
9. При необходимости в тексте стоят гиперссылки на полезные страницы.

Только исходя из этих основных факторов копирайтинга, может получиться неплохой результат продвижения веб-сайта.

За работой над SEO-оптимизацией существует огромное количество программ и инструментов для наблюдения. Одним из таких является и онлайн-сервис Яндекса, который называется Вордстат (рис. 1).

Вордстат оценивает общую частотность показов контекстных объявлений, то есть показывает количество обращений к тому или иному сайту. Он предназначен для правильного составления списка слов и фраз, по которым потенциальный пользователь сможет найти материал, размещенный на сайте.

SEO-специалист использует набор дополнительных инструментов для продвижения и анализа текста на страницах.

Для того, чтобы выявить правила и инструменты, которые действительно влияют на SEO-оптимизацию, выбраны 7 критериев, которые на сегодняшний день используют в своей работе все профессионалы в сфере оптимизации Интернет-ресурсов:

- наличие тега <h1> на главной странице сайта;
- существование мета-тегов <keywords> и <description>;
- присутствие атрибутов <alt> у картинок;
- количество символов на странице;
- наличие инструмента Яндекс.Метрика;
- настроенная страница 404;
- составленная карта сайта.

Анализ значимости каждого критерия будет проводиться на 10 сайтах международных олимпиад по программированию. Они расположены в порядке выдачи поискового сервиса Яндекс: «Интернет-олимпиады», «STUDY IN RUSSIA», «Amc International College Programming Contest», «Международная студенческая олимпиада по Статистике. Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», «Russian Code Cup», «Студенческие IC: Соревнования», «Спортивное программирование в НИТУ «МИСИС», «IT Планета. X Международная олимпиада в

сфере информационных технологий», «KPI-OPEN», «Высшая школа экономики. Олимпиада для студентов и выпускников».

Сравнение критериев. Первым критерием исследования будет наличие тега `<h1>` в единственном экземпляре на главной странице сайта. Только web-порталы «Интернет-олимпиады», «STUDY IN RUSSIA» и «Amc International College Programming Contest» проходят проверку по этому пункту (рис. 1). Это доказывает их высокое место в выдаче на первой и второй странице поисковой сети Яндекс (рис. 2).

```

558 <div class="col-md-8 js-posY">
559 <h1 class="hidden-xs">Оценка качества<br>подготовки студентов<br>на<nbsp>международном уровне</h1>
560 <h3 class="visible-xs">Оценка качества<br>подготовки студентов<br>на<nbsp>международном уровне</h3>
561 <a href="/sites/default/files/olymp/zayavka.zip" class="btn btn-primary btn-lg">Подать заявку на участие</a>
562 </div>

```

Рис. 1. Наличие тега `<h1>` в единственном экземпляре.

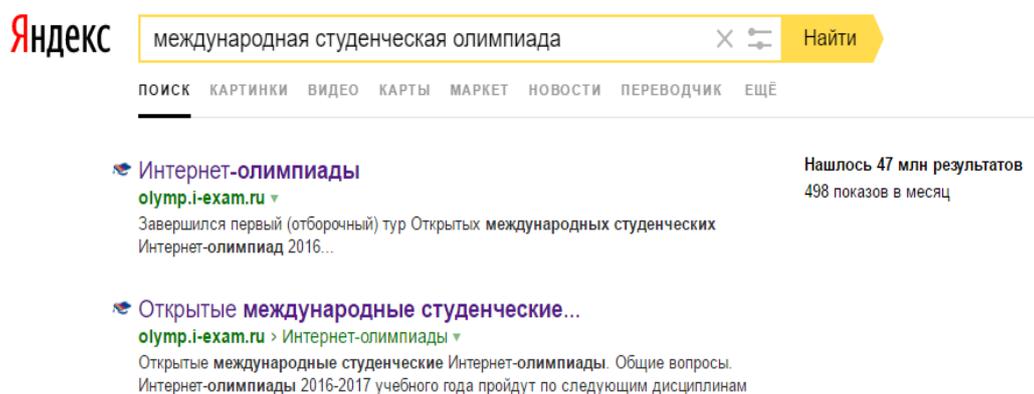


Рис. 2. Позиция сайта в поисковой выдаче.

У остальных сайтов этот тег отсутствует, либо их минимум 7 (рис. 3), что затрудняет поисковой системе корректно проиндексировать данную страницу.



Рис. 3. Диаграмма количества сайтов с тегом `<h1>`.

Следующий критерий — существование мета-тегов `<keywords>` и `<description>`. Данные мета-теги присутствуют только на страницах олимпиад «KPI-OPEN» и «IT Планета. X Международная олимпиада в сфере информационных технологий». Это говорит о том, что оптимизация этим способом уже устарела, поисковые роботы не реагируют на них. Поэтому SEO-специалисты не используют данный пункт в своей работе. Статистика использования мета-тегов представлена на графике (рис. 4), где важность отмечена как 0 — не важно, 1 — очень важно.

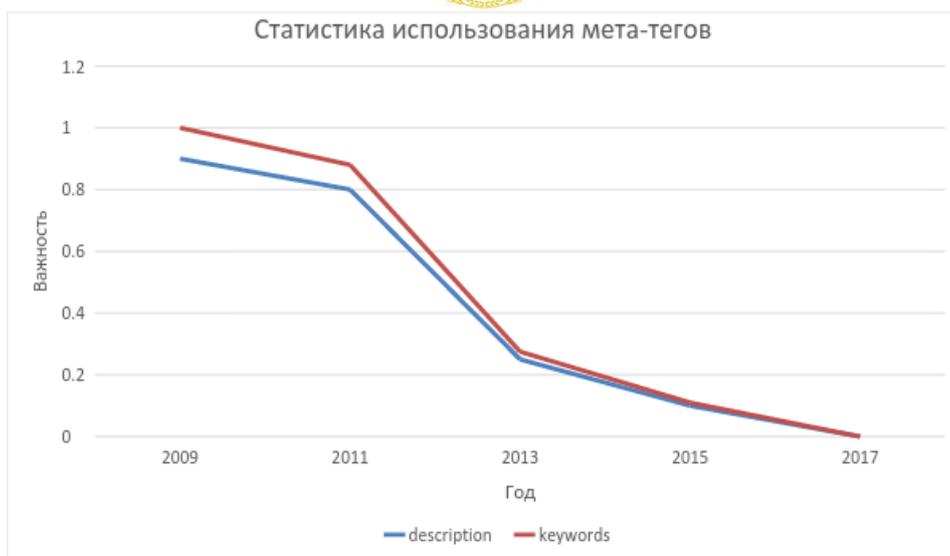


Рис. 4. График статистики использования мета-тегов.

На графике видно, что важность использования мета-тегов для SEO-оптимизации на сегодняшний день неактуальна.

Третьим критерием в списке идет присутствие атрибутов <alt> у картинок. У сайта в выдаче «Интернет-олимпиады» атрибуты <alt> не заполнены. Это обстоятельство не помешало ему оставаться на первом месте. Однако на странице «Яндекс. Картинки» ни одного изображения с главной страницы данного адреса обнаружить не удалось. С лучшей стороны показал себя сайт «IT Планета. X Международная олимпиада в сфере информационных технологий». Все атрибуты на его главной странице прописаны полно, что помогло «Яндексу» найти эти картинки и выдать конечному пользователю по запросу (рис. 5).

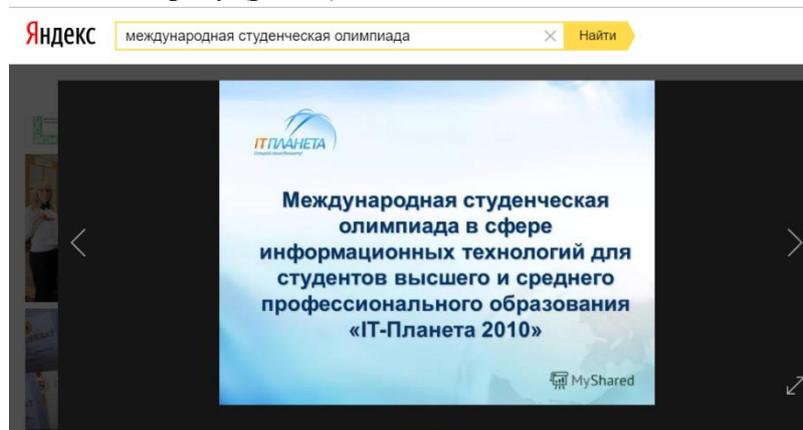


Рис. 5. Картинка по запросу

Еще один критерий — количество символов в статье на странице. Вследствие большого объема информации в статьях, связанных с прохождением олимпиады, сложно держаться в нужных рамках по количеству символов. Поэтому в пределах нормы, т.е. в количестве символов от 350 до 500, остались всего 3 сайта: «Интернет-олимпиады», «Russian Code Cup» и «Спортивное программирование в НИТУ «МИСИС»» (рис. 6).



Рис. 6. Диаграмма количества символов в статье на странице

В среднем на главной странице 410 символов на статью. У ресурса «IT Планета. X Международная олимпиада в сфере информационных технологий» этот показатель нормы превышен на 50 символов, а «STUDY IN RUSSIA», «Amc International College Programming Contest» и «KPI-OPEN» норма превышена на 500 и более символов, что негативно сказалось на их позиции в поиске.

Следующий критерий — сервис «Яндекс.Метрика». Данный критерий отсутствует на всех сравниваемых ресурсах. Причин тому может быть несколько. Во-первых, виджет этого сервиса не настраивается визуально. Вследствие чего он может не вписываться в концепцию дизайна сайта. Во-вторых, следить за развитием сайта и пользователями, которые заходили на сайт, можно и через отдельную страницу сервиса «Яндекс.Метрика» (рис. 7).

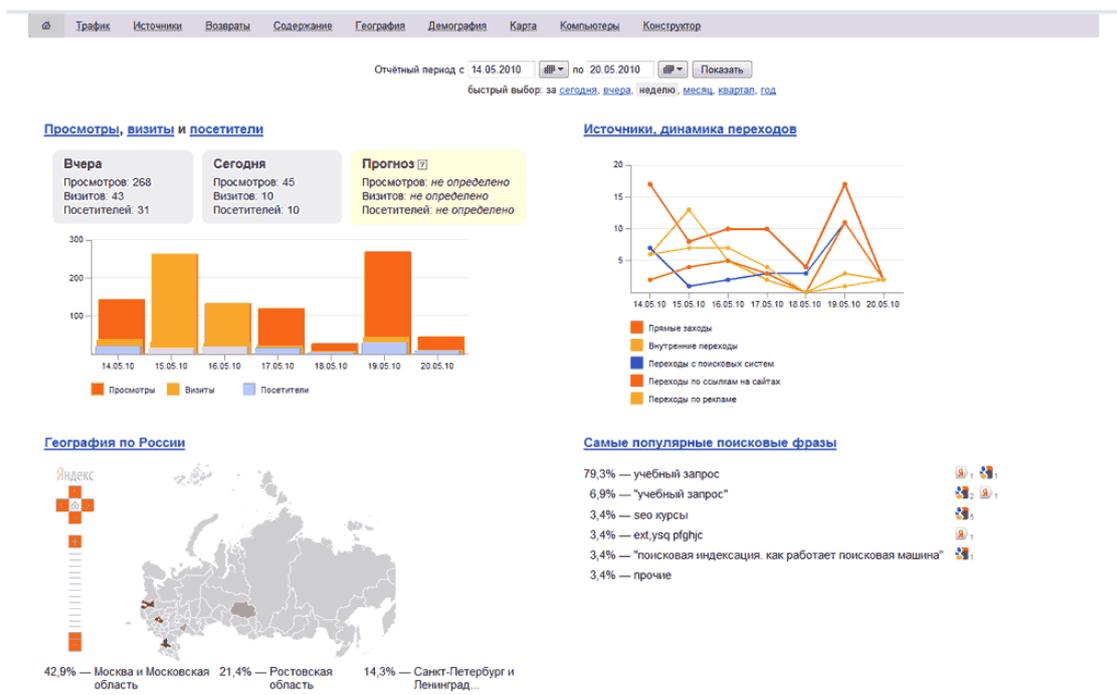


Рис. 7. Скриншот сервиса «Яндекс. Метрика»

Далее все адреса олимпиад были исследованы на наличие страницы «Ошибка 404». Настроенной она оказалась лишь у олимпиад «STUDY IN RUSSIA», «Высшая школа экономики».

Олимпиада для студентов и выпускников», «Russian Code Cup», «Интернет-олимпиады» и «Спортивное программирование в НИТУ «МИСИС»» (рис. 8).

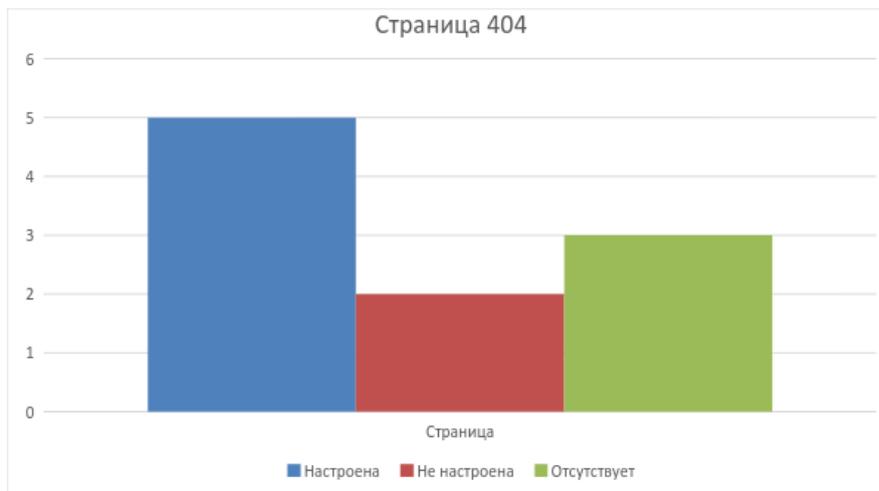


Рис. 8. Наличие страницы 404

«Ошибка 404» не приведена в эстетический вид у «KPI-OPEN», «Amc International College Programming Contest». У «Международная студенческая олимпиада по Статистике. Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», «Студенческие 1С: Соревнования» и «IT Планета. X Международная олимпиада в сфере информационных технологий» данная страница отсутствует.

Оставшийся не исследованным критерий — страница с картой сайта. Карта есть только на 3-х сайтах из 10-и исследуемых (рис. 9): «Высшая школа экономики Олимпиада для студентов и выпускников», «Международная студенческая олимпиада по Статистике. Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова» и «Студенческие 1С: Соревнования». SEO-оптимизаторы остальных ресурсов решили пренебречь этим немаловажным фактором для пользователя.

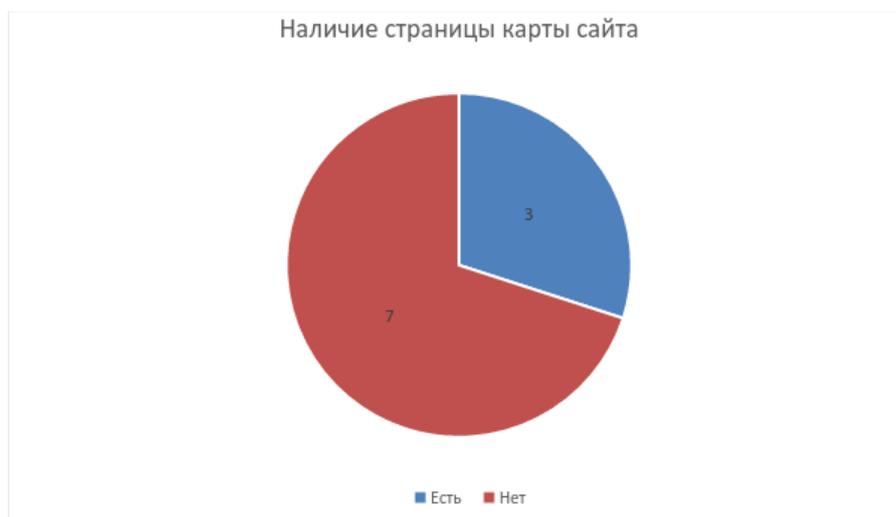


Рис. 9. Наличие страницы карты сайта

Сводная таблица всех значений

Название сайта / Критерии	Наличие тегов <h1> на главной странице сайта в единственном	Существование мета-тегов <keywords> и <description>	Присутствие атрибутов <alt> у картинок	Количество символов в статье на странице	Наличие инструмента «Яндекс.Метрика»	Настроенная страница 404	Составленная карта сайта
«Интернет-олимпиады»	+	-	-	350-500	-	+	-
«STUDY IN RUSSIA»	+	-	-	>1000	-	+	-
«Amc International College Programming Contest»	+	-	-	>1000	-	не настроена	-
«Международная студенческая олимпиада по Статистике. Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»	-	-	-	>1000	-	-	+
«Russian Code Cup»	>7	-	-	350-500	-	+	-
«Студенческие IC: Соревнования»	>7	-	-	>1000	-	-	+
«Спортивное программирование в НИТУ «МИСИС»»	>7	-	-	350-500	-	+	-
«IT Планета. X Международная олимпиада в сфере информационных технологий»	>7	+	+	550	-	-	-
«KPI-OPEN»	-	+	-	>1000	-	не настроена	-
«Высшая школа экономики. Олимпиада для студентов и выпускников»	>7	-	-	-	-	+	+

Все описанные методы оптимизации при анализе сайтов можно разделить на этапы процесса продвижения сайта:

1. Предварительный этап.

2. Этап внутренней оптимизации.
3. Этап внешней оптимизации.
4. Поддержка сайта.

Этап 1. Перед тем, как приступить к поисковой оптимизации сайта необходимо определить цели и задачи SEO; установить релевантные страницы для продвижения; провести SEO-аудит продвигаемого сайта, установить и правильно настроить системы сбора статистики, составить семантическое ядро.

Этап 2. На стадии внутренней оптимизации проводится настройка системы управления контентом, усовершенствование кода и внутренней ссылочной структуры сайта, составление соответствующих мета-тегов, заголовков, оптимизируется HTML-код сайта, применяется usability-рекомендации, редактируется и создается новый контент.

Этап 3. На этапе внешней «оптимизации» происходит работа с внешней ссылочной массой. На сайт привлекаются естественные ссылки с сайтов схожей тематики, размещаются тематические статьи и ссылки на тематических сайтах.

Этап 4. Поисковая оптимизация (SEO) — это не одnorазовый процесс. Необходимо, с одной стороны, закрепить сайт на его позициях, с другой, продолжать усовершенствование контента, структуры и наращивание ссылочной массы для дальнейшего продвижения сайта в верхние позиции страниц выдачи поисковых систем.

Заключение. Таким образом, при анализе намеченных критериев было выявлено, что напрямую на SEO-оптимизацию любого Интернет-ресурса влияет правильное использование тега <h1>. Кроме того, большое значение имеет описание изображений на странице с помощью внесения дополнительного текста в атрибут <<alt> > тега , а также подготовленные для пользователей страницы «Ошибка 404» и «карта сайта». Следует отметить, что в результате анализа выявлено существенное влияние на позиции сайта в поисковой выдаче ограниченного количества слов на странице. Мета-теги <keywords> и <description>, количество слов на странице и наличие инструмента «Яндекс.Метрика» не являются приоритетными для поисковых роботов. Это объясняется тем, что их использование для оптимизации веб-ресурсов с каждым днем сокращается.

Библиографический список.

1. Правила SEO копирайтинга [Электронный ресурс] // портал SeoText.Ru —Режим доступа : <http://seotext.ru/rules.html> (дата обращения 01.11.2016).
2. Яндекс. Метрика: инструкция по веб-аналитике [Электронный ресурс] / под. ред. Е. Илюшкиной и А. Косолобова. — ООО «Ингейт Реклама», 2015. — С. 49.
3. Search Engine Optimization (SEO) Glossary [Электронный ресурс] // портал TrendMetricSoftware — Режим доступа : <http://www.trendmx.com/help/website-promotion-glossary.aspx> (дата обращения 01.11.2016).
4. SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я [Электронный ресурс] // портал SB Форум — Режим доступа : <http://www.sbup.com/seo-a-z.php> (дата обращения: 01.11.2016).
5. SEO: Поисковая Оптимизация от А до Я. Основы поисковой оптимизации [Электронный ресурс] // портал StudFiles:файловый архив студентов — Режим доступа : <http://www.studfiles.ru/preview/5268018/page:3/> (дата обращения 01.11.2016).