

**ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА SEO-ПОКАЗНИКИ: ЯК ЗМІСТ,
СТВОРЕНИЙ ШІ, ПОКРАЩУЄ АБО ПОГІРШУЄ ПОЗИЦІЇ В ПОШУКОВИХ
СИСТЕМАХ****THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON SEO METRICS: HOW AI-
GENERATED CONTENT IMPROVES OR WORSENS SEARCH ENGINE RANKINGS**

На сьогодні штучний інтелект (ШІ) активно проникає в різні сфери, зокрема й у контент-маркетинг та оптимізацію для пошукових систем (SEO). Завдяки генеративним мовним моделям, таким як GPT-4, з'явилася можливість створювати зміст, який відповідає запитам користувачів за швидкістю, обсягом і контекстом. Попри це – виникає логічне запитання, чи впливає такого роду контент на покращення SEO-показників, чи навпаки, несе ризики для позицій веб ресурсів у пошукових системах. Пошукові алгоритми постійно оновлюються, намагаючись розпізнати якісний і релевантний зміст, що відповідає потребам користувачів. Водночас вони дедалі частіше застосовують штучний інтелект для розуміння змісту та визначення його важливості й автентичності.

Контент, який формується за допомогою ШІ, може бути максимально релевантним для запитів користувачів, що своєю чергою допомагає покращити позиції сторінки в пошукових системах. За результатами дослідження компанії Search Engine Journal, SEO-стратегії, які включають автоматично згенерований контент, можуть відчутно поліпшити видимість сторінок під час пошуку, оскільки таке наповнення дозволяє вчасно відповідати на популярні запити та надавати інформацію великим обсягом і швидко[1].

Та попри це - на якість ШІ-контенту відчутно впливають алгоритми, котрі оцінюють релевантність й унікальність текстів. Наприклад, Google, застосовуючи алгоритм E-E-A-T (Experience, Expertise, Authoritativeness, and Trustworthiness), дедалі частіше «карає» веб сторінки за неякісний або нерелевантний зміст. Таким чином, контент, творений без урахування оригінальності та експертності, може втратити цінність для пошукових систем.

Використання ШІ для генерації контенту має ряд переваг:

1. Швидкість і масштабованість - ШІ дозволяє формувати великий обсяг наповнення за відносно короткий час, що є вкрай важливим для масштабування сайтів, особливо великих медіаплатформ.
2. Аналіз ключових слів та оптимізація - ШІ може легко інтегрувати ключові слова та фрази, на які націлені SEO-стратегії, що допомагає підвищенню позицій сторінок у різних пошукових системах.
3. Підвищення релевантності – алгоритми можуть швидко генерувати текст, що більш точно відповідає запитам користувачів. Зокрема, у звіті HubSpot зазначено, що автоматичне додавання актуальних тем допомагає утримувати користувачів на сторінці [2].

Хоча переваги й очевидні, існують також і значні ризики:

1. Ризик низької якості та відчутної «штучності» наповнення - Google й інші пошукові системи надають перевагу контенту, котрий є цінним для користувачів. Тексти, створені ШІ, часто виглядають надмірно стандартизованими, що може вплинути на рівень залучення користувачів тієї чи іншої платформи.
2. Можливість зниження рейтингу через плагіат - алгоритми ШІ використовують бази наявних текстів для того, щоб вчитися, що створює ризик появи непомітного плагіату, який може бути виявлений пошуковими системами.

3. Недостатня експертність контенту - у випадку тематик, що вимагають високої компетенції (медична, фінансова, правова інформація), зміст, створений ШІ, може виявитися не зовсім правдивим, що може погіршити позиції сторінки та викликати певні обмеження від пошукових систем.

Google систематично оновлює свої рекомендації щодо автоматично створених текстів, акцентуючи на важливості оригінальності та експертності контенту. За результатами дослідження Moz, збільшується кількість випадків, коли сайти зазнають санкцій за низькоякісний ШІ-контент. Алгоритм HelpfulContentUpdate, запроваджений у 2022 році, націлений на виявлення змісту, що має низьку цінність для користувачів[3].

Водночас провідні SEO-експерти, такі як NeilPatel, зазначають, що використання ШІ в SEO може бути ефективним за умови, що він використовується для допоміжних функцій: дослідження тематики, формування шаблонів текстів, зведення даних, але не для повного написання матеріалів [4].

Отже, штучний інтелект може як покращити, так і відчутно погіршити SEO-показники залежно від того, як саме він використовується. Застосування ШІ для створення контенту забезпечує високу швидкість та масштабованість, що є значною перевагою для медіаплатформ. ШІ також може ефективно інтегрувати ключові слова та надавати релевантну інформацію користувачам, що покращує позиції у пошукових системах.

Однак для досягнення максимальної SEO-ефективності потрібно поєднувати роботу ШІ з авторським доопрацюванням та редагуванням текстів. Це дозволяє уникнути можливих ризиків, таких як низька якість змісту, плагіат, відсутність експертності. Пошукові системи надають перевагу контенту, який відповідає запитам користувачів і є цінним для них.

Рекомендується використовувати ШІ для допоміжних функцій у створенні контенту, таких як формування основних ідей, тематики, проте ключові частини тексту повинні проходити доопрацювання фахівцями.

Список використаних джерел:

1. SearchEngineJournal. AI Contentfor SEO: Can AI-GeneratedContentRankinGoogle? SearchEngineJournal. Дата доступу: 2024. [Електроннийресурс]. URL: <https://www.searchenginejournal.com/google-ai-content-in-search-results/478889/>
2. GoogleSearchCentral. Automatedcontentandsearchranking. GoogleSearchCentral. Датадоступу: 2024. РекомендаціїGoogleщодовикористанняавтоматичноствореногоконтенту, зокремапрокориснийконтент, щоможе підвищити видимість сайту. [Електроннийресурс]. URL: <https://developers.google.com/search/docs/appearance/ranking-systems-guide>
3. HubSpot. TheRoleof AI inContentMarketingand SEO. HubSpot. Датадоступу: 2024. [Електроннийресурс]. URL: <https://blog.hubspot.com/ai/how-ai-is-impacting-seo>
4. Moz. TheHelpfulContentUpdateand AI Content: WhatYouNeedtoKnow. Moz. Датадоступу: 2024. [Електроннийресурс]. URL: <https://moz.com/blog/helpful-content-update-not-what-you-think>