SEO в 2026: как писать тексты, которые поймут и люди, и ИИ-агенты

30.10.2026 · PDF-версия статьи с сайта cms.dolinais.ru

Почему старых правил SEO уже недостаточно

В 2026 году поиск всё чаще отвечает не ссылкой, а сгенерированным фрагментом. ChatGPT, GigaChat, Алиса AI и Perplexity читают не весь сайт, а несколько найденных блоков. Если в этих блоках нет прямого ответа, подробные страницы не помогут. **SEO (search engine optimization, поисковая оптимизация)** — это комплекс мер по внутренней и внешней оптимизации сайта для роста позиций в поиске и трафика. Сегодня к классическому SEO добавляется GEO (generative engine optimization) — оптимизация под генеративные ответы. Задача контент-команды и разработчиков — сделать так, чтобы смысл доходил до модели без исполнения JavaScript.

> Роботы ChatGPT и Claude скачивают скрипты страницы, но не запускают их. Текст, который дорисовывается в браузере, до них не доходит.

В статье — практический подход к контенту: что писать, как размечать и как проверять, что текст видят и люди, и ИИ-агенты. Технический аудит и связку с GEO мы здесь не дублируем — фокус на самом тексте и его подаче.

Принцип 1. Прямой ответ в первом абзаце

Пользователь и модель должны понять суть продукта или темы за первые 2–3 предложения. Не начинайте с истории компании и общих слов. Формула: **что это → для кого → какую задачу решает → чем отличается**.

Плохо: «Наша компания уже много лет работает на рынке и предлагает широкий спектр решений».

Хорошо: «/task — таск-менеджер для команд и фрилансеров: канбан-доска, подзадачи, учёт времени и роли. Подходит, если нужно вести проекты без сложной настройки».

Такой абзац можно вынести в отдельный блок с микроразметкой — он станет кандидатом на цитирование.

Принцип 2. Контент должен существовать без JavaScript

Если описание продукта подгружается скриптом, ИИ-агент его не увидит. Решение — серверный рендеринг (SSR) или статическая генерация (SSG) для ключевых страниц: главной, карточек товаров и услуг, статей блога. Проверьте, что происходит при отключённом JavaScript: откройте страницу в браузере с выключенными скриптами или посмотрите исходный HTML.

Что должно быть в HTML сразу:

- заголовок и первый абзац с определением;

- характеристики, цены, условия, ограничения;
- FAQ с вопросами и ответами;
- контакты и ссылки на смежные разделы.

Динамические блоки (калькуляторы, подборщики) можно оставить на клиенте, но их результат должен иметь текстовый эквивалент.

Принцип 3. Пишите фрагментами, а не полотном

Модель собирает ответ из найденных фрагментов. Делите материал на самодостаточные блоки по 100–200 слов с подзаголовком h2 или h3. Каждый блок должен отвечать на один вопрос и не начинаться с «как мы уже говорили выше».

Структура страницы услуги:

1. Что это и для кого.
2. Какую задачу решает.
3. Как работает — шаги.
4. Цены и сроки.
5. Ограничения и альтернативы.
6. FAQ.

Такой каркас удобен и человеку, и парсеру: каждый раздел можно процитировать отдельно.

Принцип 4. Конкретика вместо эпитетов

Модели путают продукты, когда описание состоит из прилагательных. Заменяйте оценки фактами: не «удобный интерфейс», а «канбан-доска с перетаскиванием карточек и групповыми операциями». Не «гибкие тарифы», а «три тарифа: бесплатный до 5 проектов, командный и корпоративный».

Проверка: если убрать название бренда, текст должен остаться узнаваемым. Если подходит конкуренту — переписывайте.

Принцип 5. Управляйте качеством, а не количеством

ИИ ускоряет производство текстов, но не отменяет редактуру. В 2026 году команды всё чаще собирают «ИИ-редакцию»: черновик генерируется, факты проверяются, стиль выравнивается вручную. Это снижает стоимость канала, но требует процесса.

Минимальный чек-лист перед публикацией:

- есть прямой ответ в первом абзаце;
- каждый раздел самодостаточен;
- факты, цифры и даты проверены по первоисточнику;
- нет общих фраз и канцелярита;
- ключевые блоки видны в HTML без JavaScript;

- FAQ отвечает на реальные вопросы из поддержки и поиска.

Принцип 6. Следите за тем, как вас цитируют

Раз в месяц задайте ИИ-ассистентам 5–10 вопросов, по которым вас должны находить: «чем заменить X», «как выбрать Y для малого бизнеса». Зафиксируйте, цитируют ли вас, какие формулировки используют и что путают. Это дешёвый способ увидеть разрыв между тем, что вы написали, и тем, что дошло до модели.

Если ассистент отвечает общими словами, вернитесь к первому абзацу и блоку с характеристиками: скорее всего, там нет прямого текста о продукте.

Что в итоге

SEO в 2026-м — это не только ссылки и метатеги, но и управление смыслом на уровне фрагментов. Пишите так, чтобы ключевые блоки были понятны без контекста, существовали в HTML и содержали факты вместо оценок. Тогда страница сработает и для человека, и для агента, который отвечает вместо сайта.

Источник: https://task.dolinais.ru/seo-v-2026-kak-pisat-teksty-kotorye-poymut-i-lyudi-i-ii-agenty