SEO в 2026: как найти страницы-невидимки и остановить утечку внутреннего веса

04.11.2026 · PDF-версия статьи с сайта cms.dolinais.ru

Внешние ссылки и контент обсуждают все, а внутренняя перелинковка остаётся тем, что чаще всего ломается незаметно. Пока страниц пятьдесят, структуру держит в голове один человек. Когда их пять тысяч, меню ведёт в каталог, блог ссылается на фильтры, фильтры — друг на друга, и часть страниц получает внутренний вес по остаточному принципу. В этой статье — практический подход к внутреннему PageRank: как его посчитать, что искать в отчёте и какие правки дают эффект.

Что такое внутренний PageRank и зачем он нужен

PageRank — алгоритм оценки важности страницы по количеству и качеству ссылающихся на неё страниц. Публичный PageRank Google в ранжировании давно не используется, но его «домашняя» версия — расчёт весов только по внутренним ссылкам одного сайта — остаётся удобной моделью. Она отвечает на вопрос: если ссылочный вес распределяется по структуре, какие страницы получают его много, а какие — почти ничего.

Важно понимать ограничения модели. Внутренний PageRank не предсказывает позиции и не заменяет краул-анализ: он показывает распределение веса, а не качество страницы. Коммерческая страница с хорошим весом всё равно не выйдет в топ без релевантного контента. Зато страница-невидимка с нулевым весом не выйдет в топ даже с отличным текстом, потому что поисковик и пользователь до неё просто не добираются.

Три вещи, которые ломают расчёт

- **Редиректы и canonical.** Если ссылка ведёт на URL, который редиректит или canonical-ится на другой адрес, вес нужно передавать конечному адресу, иначе граф посчитается неверно.
- **nofollow и служебные ссылки.** Ссылки в корзину, сортировки, пагинацию и параметры фильтров стоит обрабатывать отдельно: они забирают вес, но не являются целевыми страницами.
- **Неполный краул.** Если обойти только sitemap, вы не увидите ссылок из меню и футера — а именно они формируют основную структуру.

Шаг 1. Собрать граф внутренних ссылок

Начните с краула собственного сайта: обойдите страницы, начиная с главной, и сохраните для каждой список исходящих внутренних ссылок. Полезно ограничить глубину и количество страниц на первом прогоне — например, 5–10 тысяч URL, — чтобы отладить пайплайн на реальных данных.

На выходе нужна таблица вида «страница → список ссылок на неё». Это и есть граф. Дальше нормализуйте URL: приведите к нижнему регистру, уберите utm-метки и якоря, разрешите редиректы до конечного адреса. Ошибки на этом этапе дают красивые, но бессмысленные цифры.

> Проверка перед расчётом: сумма всех входящих ссылок должна совпадать с числом исходящих внутренних ссылок в графе. Если не совпадает — где-то потерялись страницы или ссылки.

Шаг 2. Посчитать веса

Классическая формула PageRank итеративная: вес страницы зависит от весов ссылающихся на неё страниц, поделённых на число их исходящих ссылок, плюс коэффициент затухания. На практике достаточно:

1. Задать всем страницам одинаковый стартовый вес.
2. На каждой итерации пересчитывать вес по входящим ссылкам.
3. Остановиться, когда сумма изменений по всем страницам станет меньше порога — обычно хватает нескольких десятков итераций.

Считать удобно в скрипте на Python или в SQL-запросе, если граф лежит в базе. Результат — таблица «URL → вес». Дополнительно сохраните число входящих ссылок и число уникальных страниц-доноров: вес без этих цифр интерпретировать сложно.

Шаг 3. Найти страницы-невидимки

Отсортируйте страницы по весу и посмотрите на нижние 10–20%. Ищите в этой группе то, что важно для бизнеса:

- карточки товаров и категории, которые должны приносить трафик;
- статьи блога, на которые нет ни одной внутренней ссылки, кроме sitemap;
- страницы услуг и лендинги, на которые ссылается только главная;
- страницы, до которых вес доходит через цепочку из пяти-шести кликов.

Отдельно проверьте страницы, у которых много входящих ссылок, но низкий вес: обычно это значит, что ссылаются на них страницы-невидимки, и цепочка веса обрывается в самом начале.

Пример из практики

Каталог на несколько тысяч карточек, фильтры ссылаются друг на друга, блог связан только с главной. Внутренний PageRank показывает: вес концентрируется в фасетных страницах фильтров, а карточки товаров получают его по минимуму. Правка простая — закрыть фильтры от индексации и индексируемого обхода, а ссылки из блога направить на категории и подборки. Повторный расчёт показывает перераспределение веса в пользу целевых страниц.

Шаг 4. Исправить структуру

Правки стоит делать по приоритету, а не «везде сразу»:

1. **Убрать лишние ссылки из обхода.** Сортировки, параметры, корзина, личный кабинет — настройте robots.txt и nofollow там, где ссылки не нужны для индексации.
2. **Добавить ссылки на страницы-невидимки.** Из релевантных статей блога, из категорий, из блоков «похожие товары». Ссылка должна быть полезной читателю, а не только технической.
3. **Сократить глубину.** Если важная страница доступна только за пять кликов, вынесите её в меню или в блок на категории.
4. **Проверить canonical.** Убедитесь, что вес не уходит на дубли, а концентрируется на основном URL.

После правок пересчитайте граф и сравните отчёты. Смотрите не только на абсолютные веса, но и на долю

целевых страниц в верхней части распределения.

Как встроить это в процесс

Разовый аудит полезен, но структура меняется с каждым релизом. Практичный вариант — запускать расчёт по расписанию, например раз в месяц, и складывать отчёты в базу. Тогда на каждом релизе можно проверять не только новые страницы, но и то, не появились ли новые страницы-невидимки и не выросла ли доля веса в служебных разделах.

Отчёт удобно превращать в задачи для команды: «добавить ссылку», «закрыть раздел от индексации», «вынести в меню». Так SEO-анализ становится частью обычного рабочего процесса, а не отдельным проектом раз в год.

Чего внутренний PageRank не покажет

Модель не учитывает поведенческие факторы, качество контента, внешние ссылки и то, как поисковик на самом деле обходит сайт. Она не заменяет технический аудит и работу с семантикой. Но она даёт то, чего часто не хватает: объективную картину структуры ссылок и конкретный список страниц, до которых стоит «дотянуть» вес.

Начните с одного краула и одного расчёта — даже грубый отчёт на реальных данных полезнее интуиции, когда страниц становится больше сотни.

Источник: https://cms.dolinais.ru/seo-v-2026-kak-nayti-stranicy-nevidimki-i-ostanovit-utechku-vnutrennego-vesa